

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS FILOSÓFICAS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA

"SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU":  
Rádio Clube de Lages, comunicação e poder político na Região  
Serrana de Santa Catarina

PAULO DE TARSO NUNES

FLORIANÓPOLIS, SC

2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA

"SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU":  
Rádio Clube de Lages, comunicação e poder político na Região  
Serrana de Santa Catarina

PAULO DE TARSO NUNES

Esta dissertação foi julgada e  
aprovada em sua forma final pelo  
Orientador e Membros da Banca  
Examinadora, composta pelos  
Professores:

Professor Dr. Antônio Munarim  
Orientador

Prof. Dr. Selvino José Assmann  
Membro

Prof. Dr. Fernando Ponte de Souza  
Membro da Banca e Coordenador do Programa

Aprovado em 27 de agosto de 2001.

Florianópolis, SC, agosto de 2.001

PAULO DE TARSO NUNES

"SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU":

Rádio Clube de Lages, comunicação e poder político na Região  
Serrana de Santa Catarina

Dissertação apresentada ao Programa  
de Pós-Graduação em Sociologia  
Política do Centro de Filosofia e  
Ciências Humanas da Universidade  
Federal de Santa Catarina - UFSC,  
para a obtenção do grau de Mestre,  
sob orientação do Professor Dr.  
Antônio Munarim.

Florianópolis, SC, agosto de 2.001.

## **AGRADECIMENTOS**

A realização deste trabalho foi possível graças ao apoio e ao incentivo de algumas pessoas muito especiais:

Antônio Munarim, meu orientador, antes de tudo pela amizade solidamente construída na história e projetos em comum, e também pela competência e propriedade de suas preciosas sugestões.

A Universidade do Planalto Catarinense - UNIPLAC, na pessoa da Professora Mestre Nara Maria Kuhn Göcks e sua administração, pela crença e ousadia na concepção e execução do grande projeto de Universidade no qual se insere este processo de capacitação e titulação.

Os amigos Sérgio Sartori, Jary André Carneiro e José Batista da Rosa, sempre dispostos a ouvir as minhas elaborações e a compartilhar as experiências teórico-práticas de cada um. As colegas Zilma I. Peixer, Silmara L. Miranda e Eliana Z. Bornhausen, pela enorme e valiosa coleção de

aportes obtidos da imprensa escrita de Lages que me franquearam.

Funcionários e direção da Rádio Clube de Lages, especialmente Roberto Amaral, Silva Muller, Manoel Correia e Marli I. Andrade, da Fundação Carlos Joffre do Amaral, pela simpatia e presteza do acolhimento e das informações.

Ex-colaboradores e amigos da Voz da Cidade e da Rádio Clube de Lages: João Rath de Oliveira, Plátano Lenzi e Ademar Paim Bräscher, pelos pontuais testemunhos.

Prefeito de Cerro Negro, Sebastião Ari Martins, Secretário da AMURES e ex-Prefeito de Urupema, Áureo Ramos de Souza, ex-Prefeito de Lages e ex-Deputado Estadual, Décio da Fonseca Ribeiro, ex-Prefeito de Lages, ex-Deputado Federal e ex-Senador, Dirceu José Carneiro, cujos depoimentos possibilitaram as aproximações contidas no corpo deste trabalho.

Roselene Bertoto Schmitz, no trabalho de diagramação, arranjo e disposição estética finais.

Magali, Paula e Lauro Roberto, minha família. Mais do que ninguém confiaram e esperaram.

E Lauro Roberto que, enquanto confiava, ajudou-me no trabalho de gravação e transposição das entrevistas da fita para o papel.

A todos vocês, o meu mais sentido e profundo muito obrigado.

## SUMÁRIO

<u>AGRADECIMENTOS</u> .....	iv
<u>LISTA DE QUADROS</u> .....	x
<u>LISTA DE DEPOIMENTOS</u> .....	xi
<u>RESUMO</u> .....	xiii
<u>ABSTRACT</u> .....	xv
<u>INTRODUÇÃO</u> .....	1
<u>CAPÍTULO I</u>	
<u>UMA CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO SERRANA</u> .....	15
<u>CAPÍTULO II</u>	
<u>PODER POLÍTICO E COMUNICAÇÃO: APORTES TEÓRICOS</u> .....	34
<u>2.1 Uma leitura em Gramsci sobre a dinâmica da formação dos intelectuais pelos grupos sociais</u> .....	36
<u>2.1.1 Hegemonia e ideologia: função educativa e estratégia de alianças</u> .....	39
<u>2.1.2 A noção de intelectual: organicidade e capacidade de leitura do real em movimento</u> .....	44
<u>2.1.3 Sobre os conceitos de intelectual coletivo e de partido político ampliado</u> .....	47
<u>2.1 4 Sociedade civil, Estado e esfera pública</u> .....	51

<u>2.2 Comunicação social e comunicação de massa: sobre meios e mediações</u> .....	63
<u>2.2.1 Um ponto de partida: a Ilustração e o povo na política</u> .....	63
<u>2.2.2 O Século das Revoluções mexe com os conceitos de povo</u> .....	65
<u>2.2.3 Para longe dos perigos do povo e de classe: a sociedade de massa</u> .....	68
<u>2.2.4 O nascimento da cultura de massa</u> .....	70
<u>2.2.5 Escola de Frankfurt e o conceito de indústria cultural</u> .....	72
<u>2.2.6 Novas leituras de Gramsci, hegemonia e cultura popular</u> .....	73
<u>2.2.7 Mediação de massa na América Latina</u> .....	76
<u>2.3 Ainda sobre o papel dos meios de comunicação de massa</u> .....	81
<u>2.3.1 A questão do controle dos meios de comunicação de massa no Brasil</u> .....	85
 <b><u>CAPÍTULO III</u></b>	
<b><u>BREVE NOTA SOBRE A RADIODIFUSÃO NO MUNDO E NO BRASIL</u></b> .....	<b>91</b>
<u>3.1 O rádio na América</u> .....	92
<u>3.2 Radiofonia nos países em desenvolvimento</u> .....	98
<u>3.3 O rádio no Brasil</u> .....	99
<u>3.4 Santa Catarina na era do rádio</u> .....	103
<u>3.5 O futuro do rádio</u> .....	104
 <b><u>CAPÍTULO IV</u></b>	
<b><u>"SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU": A trajetória da Rádio Clube de Lages na região serrana catarinense</u></b> .....	<b>107</b>
<u>4.1 A Voz da Cidade (1940-1946)</u> .....	107
<u>4.2 Os atos de fundação da Rádio Clube (1946-1949)</u> .....	115
<u>4.3 Controvérsias sobre pioneirismo e datas</u> .....	118



<u>4.4 O cotidiano da Rádio Clube: Programação, personagens e atividades artístico-culturais-beneficentes</u>	127
<u>4.5 As décadas de 50 e 60: busca de identidade e consolidação</u>	140
<u>4.6 Os anos 70 e 80: expansão e diversificação</u>	155
<u>CAPÍTULO</u>	
<u>V RÁDIO CLUBE DE LAGES: COMUNICAÇÃO E PODER</u>	171
<u>CONSIDERAÇÕES FINAIS</u>	200
<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	207
<b>ANEXOS</b>	212

## LISTA DE QUADROS

<u>Quadro 1. População urbana e rural de Lages - 1960/2000</u> . . .	24
<u>Quadro 2. As primeiras emissoras de rádio de Santa Catarina</u> . . . . .	118

## **LISTA DE DEPOIMENTOS**

- 1) João Rath de Oliveira, livreiro e colaborador de primeira hora da "Voz da Cidade", entrevista ao autor no dia 07 de fevereiro de 2.001.
- 2) Sebastião Ari Martins, prefeito de Cerro Negro, entrevista ao autor, no dia 04 de maio de 2.001.
- 3) Dirceu José Carneiro, ex-Prefeito de Lages, ex-Deputado Federal e ex-Senador, entrevista ao autor, no dia 08 de maio de 2.001.
- 4) Plátano Lenzi, amigo e colaborador dos primeiros dias da "Voz da Cidade", entrevista ao autor em 09 de maio de 2.001.
- 5) Ademar Paim Bräscher, ex-funcionário da Rádio Clube de Lages, entrevista ao autor, no dia 14 de maio de 2.001.
- 6) Roberto Rogério do Amaral, proprietário da Rádio Clube de Lages e do Sistema Catarinense de Comunicação, entrevista ao autor em 18 de maio de 2.001.
- 7) Vanderlino Silva Müller, funcionário da Rádio Clube, entrevista ao autor, no dia 18 de maio de 2.001.

- 8) Manoel Correia, comunicador e animador de programas de auditório da Rádio Clube de Lages, entrevista ao autor, no dia 19 de maio de 2.001.
- 9) Áureo Ramos de Souza, ex-prefeito de Urupema, secretário executivo da Amures, entrevista ao autor no dia 30 de maio de 2.001.
- 10) Décio da Fonseca Ribeiro, ex-prefeito de Lages, ex-Deputado Estadual, entrevista ao autor em 07 de junho de 2.001.

## **RESUMO**

Este trabalho objetiva narrar e interpretar uma história da Rádio Clube de Lages, o pioneiro veículo de comunicação social de massa da região serrana de Santa Catarina, concebido e criado a partir da implantação de um serviço de alto-falantes denominado "A Voz da Cidade", que funcionou no início da década de 40, na cidade de Lages, pela iniciativa de Carlos Joffre do Amaral.

Desde o nascimento da rádio, em 1946, a entrada definitiva no ar, em 1949, se busca apontar os marcos fundamentais da trajetória da Rádio Clube de Lages, como a conquista da identidade com o público, a consolidação e a expansão, até o advento da Rádio Cacimba FM, do Jornal e TV Planalto e a formação do chamado Sistema Catarinense de Comunicação.

Por dentro da história da Clube, como não poderia deixar de ser, correm as suas relações econômicas e políticas. E nestas, a convivência e a intimidade com o poder nas suas

diversas fontes e esferas. É intento desta pesquisa analisar essas relações, suas qualidades, defeitos e peculiaridades.

Palavras-chave: A Voz da Cidade; Rádio Clube de Lages; comunicação e poder.

## **ABSTRACT**

This study narrates and interprets the history of Radio Clube de Lages, the first means of people social communication in the mountain region of Santa Catarina, an instrument imagined and created from the implantation of a loudspeaker service called "A Voz da Cidade", which was in the air in the early 40, in Lages, as an initiative of Carlos Joffre do Amaral.

The present work points out the fundamental steps of the trajectory of Radio Clube de Lages, as the conquest of its identity with the public, its consolidation and expansion, from its creation in 1946 and definitive presentation in the air, until the coming of Radio Cacimba FM, the Newspaper and TV Planalto and the formation of the Sistema Catarinense de Comunicação.

It is within the history of Radio Clube, as it was expected, that the economical and political relations occur, and with these connections, the close relationship with the

power in its several sources and spheres. The objective of this research was to analyse these relations, their qualities, defects and peculiarities.

Key-words: A Voz da Cidade; Radio Clube de Lages; power and communication.



## INTRODUÇÃO

Dois fulcros principais nortearam este trabalho, desde a concepção inicial: um primeiro, traçar a trajetória da Rádio Clube de Lages desde os primórdios de sua instalação até os dias de hoje, fixar os seus momentos significantes e os acontecimentos internos e externos que determinaram transformações na sua história. Não se pretendeu, no entanto, apenas construir uma história factual de rádio pura e simplesmente, o que teria sido redutivo das potencialidades reais do objeto, mesmo que produzida, como o foi, com critério metodológico e rigor científico. O que de fato se propôs e se fez foi entretecer a abordagem factual com outros fios condutores do tecido histórico não tão aparentes, nem tampouco visíveis "a olho nu", porém sempre estruturais e instigantes: os jogos de interesses concorrentes, as relações de poder envolvidas, as negociações, os custos e os benefícios, os beneficiários e os prejudicados.

Para fins estritamente didáticos, de vez que a história é una e indivisível, o trajeto histórico da Rádio Clube de Lages foi

repartido em alguns períodos principais e marcantes. Os critérios do que é marcante estabeleceram-nos a história do país, do estado e da região e os próprios acontecimentos que constroem o objeto da pesquisa, segundo critérios que também foram os do próprio pesquisador.

Assim, o primeiro momento desta abordagem corresponde aos fatos precursores, à chegada do pioneiro Carlos Joffre do Amaral a Lages e à fundação da Voz da Cidade, em 1940; o seguinte, entre 1946 e 1949, cobre os atos e fatos de fundação da Rádio Clube de Lages, a programação inicial, personagens e atividades que marcaram o ingresso do veículo de comunicação na vida da região serrana de Santa Catarina, situados no importante contexto da conflagração mundial, do Estado Novo no Brasil e do apogeu das oligarquias agrário-rurais na região planaltina de Santa Catarina; um terceiro momento, de 1950 a 1960, é o que entendemos como sendo aquele da busca da identidade e da consolidação da Clube. Coincide com o que comumente se consagrou denominar os dias de ouro da radiofonia no estado e move-se literalmente no embalo do grande movimento de redemocratização do país pós-Estado Novo e sua inserção na agenda do desenvolvimentismo com a abertura para o capitalismo internacional; já as décadas de 70 e 80 são períodos de expansão da Rádio e diversificação dos produtos do já então Sistema Catarinense de Comunicação, com o ingresso da FM e da televisão.

Cada um desses períodos reuniu acontecimentos e condicionantes que determinaram formas de atuação do veículo de comunicação diante do seu público, nas formas do serviço e nas expressões da sua verdade. Evidentemente que a periodização adotada é apenas uma de muitas possibilidades. O trabalho culminou com o assentamento, sob o título "Rádio Clube: Comunicação e poder", de depoimentos e testemunhos de autoridades locais e regionais acerca da Rádio e suas relações frente e a favor do poder político.

Outros enfoques teriam sido possíveis. Foi constatada desde a pesquisa exploratória a possibilidade de demarcar, por exemplo, a evolução da Rádio Clube pelo viés das inovações tecnológicas que foi incorporando; ou pelas demandas do mercado em função da diversificação dos interesses do público. No entanto, a opção adotada, os seus critérios determinantes foram de ordem política, como acima ficou explícito, e não técnicos, mercadológicos ou de outra ordem. Sem exclusão dessas variáveis, que apareceram, sem dúvida, no relato, fez-se uma opção pela relevância política dos eventos.

A preocupação central desta história da Rádio Clube e de suas relações políticas foi precisamente a de produzi-las e posicioná-las inseridas em contextos mais amplos e abrangentes, face à necessidade fundante de uma visão histórica processual e de totalidade, que pela prática

entendemos melhor do que visões fragmentadas, compartimentadas ou descontextualizadas.

Face a este marco metodológico, o primeiro intento foi trazer, como intróito, uma contextualização da região, para situar as condições sócio-econômicas e o momento em que aqui se instalou e se consolidou a rádio. E verificar, por exemplo, que a interiorização da radiodifusão para o estado de Santa Catarina se deu na década de 30 e para a região serrana apenas no final dos anos 40, e, ainda, que o caso específico da Rádio Clube ocorreu no bojo de uma série de acontecimentos econômicos e políticos apreciáveis e determinantes, entre os quais estão o processo de redemocratização do país após o Estado Novo, o ingresso do Brasil na onda do desenvolvimentismo, sob o comando dos Estados Unidos da América, a implantação de uma nova divisão nacional e regional do trabalho, onde se coloca, como fenômeno conseqüente, a quebra do isolamento econômico e político da região e sua inserção no conjunto da economia nacional como região produtora e exportadora de madeira serrada, fato que comumente ficou convencionado na história econômica local como o "Ciclo da Madeira". Este foi o momento da instalação e consolidação da Rádio Clube em Lages e região: corresponde ao início e ao ápice de um processo exploratório de recursos naturais, que resultou em grande euforia econômica e em altos dividendos políticos, e que, porém, desde o início, não deixou de apontar para seus

próprios limites e para a estagnação, que veio montada - o castigo vem a cavalo -, no total despreparo da região para as alternativas econômicas e no descrédito das tradicionais elites aqui mandantes.

Foi também esta visão historiográfica e metodológica, consequência de um conjunto de conhecimentos acumulados da experiência como profissional da História, que apontou para uma possibilidade que, no projeto e mesmo na fase da pesquisa exploratória, não ocorrera, que seria a improdutividade de uma abordagem histórica exclusivista da Rádio Clube, razão pela qual surgiu a necessidade de entremear a trajetória da Clube com apontamentos da história de Lages e da região, ou da vida cotidiana da cidade e do interior.

Com esta providência prática, ficou evidente a vontade de rechaçar qualquer hipótese de uma história desprovida de contextos de todos os tipos, de todos os tamanhos e abrangências. Ficou explicado para as pessoas que não são da área o porquê de tantos lances aparentemente estranhos ao objeto da pesquisa em si. De outra forma, não fosse pelo entendimento de história como totalidade, como daria para explicar a vida da Rádio Clube entretecida com tantos resultados eleitorais, aumentos da mendicância, estatísticas de recursos florestais, discussões sobre ética e éticas e até mesmo das banalidades do cotidiano, muito ao gosto, aliás, tanto das atuais tendências historiográficas, quanto

do dia-a-dia dos meios de comunicação, especialmente o rádio? É preciso ter em mente, sempre, que o intuito não foi apenas a história do veículo de comunicação, razão pela qual este manejo de fatos que correram no paralelo ganhou objetivos mais claramente interdisciplinares.

Mais um fator determinante na construção desta história compartilhada da Clube com Lages foi a inflexão preferencial em dois tipos específicos de fontes, a história oral e a pesquisa em jornais.

A história contada por pessoas vivas obrigou a gravação de longas entrevistas e os correspondentes trabalhos de transposição para a linguagem escrita. Mesmo sem ser - de propósito - uma experiência integral de "história oral" tecnicamente falando, manifestou-se essencial para a recuperação da memória, tanto em fatos essenciais, quanto em circunstanciais, ocasionais ou anedóticos. Foram de extrema valia os depoimentos e o testemunho dos amigos e colaboradores antigos da rádio, dos profissionais que nela atuaram e atuam, dos dirigentes e, muito especialmente, dos freqüentadores do chamado círculo do poder local e regional, prefeitos e ex-prefeitos de Lages e região consultados.

Fonte preciosíssima foram igualmente os aportes colhidos de órgãos da imprensa escrita de Lages. De tal monta que acabaram determinando mudanças nas previsões originais, como, por exemplo, uma reorganização das periodizações planejadas

no projeto de pesquisa e a implantação de um último capítulo para os depoimentos mais atinentes às relações de poder político. Isso só foi possível pela ampliação do volume e qualidade das informações obtidas pelos jornais, que possibilitaram o estabelecimento de outros marcos periódicos importantes. E, ainda, para além disso, a farta colheita de manchetes, notícias, editoriais e comentários dos mais diversos matizes e assuntos na imprensa escrita foi de certo o que ainda mais ensejou a percepção de como e quanto se poderia e deveria trabalhar a vida da Clube imersa no cotidiano da cidade e da região. Assim foi feito e se pôde criar uma espécie de diferencial de abordagem que propiciou uma história menos linear e factual, e sem dúvida menos pregada às ações individuais dos heróis ou dos líderes, porque intermediada por outros atores e cenários. Assim se lhe pôde dar um sentido mais coletivo e de totalidade, além de fazer transcorrer mais amena a narrativa. A presença de uma abordagem mais especificamente política no último capítulo também não quer dizer que permeada ao restante do texto não estejam conotações dessa ordem.

Ainda no que se refere a contextos, a trajetória da Radio Clube foi inserida numa história geral do rádio, desde sua origem na Europa, suas primeiras aplicações como instrumento de guerra e logo depois como instrumento de *marketing* e publicidade, com imediata passagem do controle para as empresas privadas, especialmente nos Estados Unidos, que

constituíram-se modelo para a radiofonia comercial no Brasil e na América Latina. Foi feito também o caminho do rádio no Brasil e no estado de Santa Catarina, sempre atendendo àquela metodologia de não dedicar-se à parte sem uma visão do todo. Interessante esta contextualização, à medida que permitiu verificar o quanto a Rádio Clube, tendo nascido de um pequeno sistema de alto-falantes quase amador, evoluiu para um sistema transmissor mais sofisticado e agregou novas tecnologias, ao mesmo tempo em que ia se tornando mais profissional, mais comercial e empresarial, até que, seguindo a tendência monopolista da ciranda capitalista, para sobreviver entre os grandes, passou a formar rede com empresas maiores, além de constituir sua própria rede. E paralelamente à evolução tecnológica e econômica, construiu uma espécie de pequeno império político montado em sólidas alianças partidárias, no princípio com as oligarquias locais e regionais, e, mais tarde, com seus sucedâneos. Apesar de ter se construído e sobrevivido até agora graças a este arcabouço político, já transparecem também nos depoimentos tomados as dificuldades que o processo concorrencial representa para uma empresa pequena e mesmo uma pequena rede como a que pertence a Rádio Clube na atualidade. É problemático manter-se vivo entre os grandes grupos que exploram o ramo das comunicações porque estes têm acessos diretos ao poder central, que contam muito mais do que a



influência de um governador, por exemplo, como era em outros tempos, assim explicitou o dirigente da Rádio Clube.

Importa, por fim, dizer que, como previsto, a história foi escrita. Com o máximo de correção possível, porque sempre procurando a correspondência da documentação e do testemunho vivo. E da mesma forma, a abordagem política, que ponteia na história. Sem preocupações de agradar aos participantes. Afinal, como diz o poeta, "não canto pra enganar".

Porém, é preciso que se tenha sempre em vista que a Rádio Clube, desde o início de suas atividades, inscreveu entre as suas funções sociais uma explícita vocação política, que de maneira alguma se prescreveu aos momentos críticos da história do país e nem tampouco aos períodos de radicalização político-partidárias no âmbito da região, tais como as circunstâncias eleitorais "caseiras".

Assim, para aquilatar a extensão de sua atuação política, dois caminhos foram tomados: o resgate de documentos escritos fornecidos no âmbito do próprio objeto da pesquisa e a recolha das notas e referências espalhadas em boa quantidade pelos jornais locais. De forma concomitante, são utilizados os depoimentos de funcionários e dirigentes do sistema, de pessoas vivas que dele fizeram parte no passado, e, especialmente, o testemunho de autoridades locais e regionais que foram ou estão ainda investidas em cargos públicos na

esfera municipal, que consideramos intérpretes privilegiados dos jogos de poder.

Por outro lado, a Rádio Clube, em qualquer circunstância ou hipótese, se colocou e se coloca como papel primordial o serviço comunitário e a utilidade pública. É assim que ela se promove. Esta a imagem que cultivava. Pois bem. Se de fato assim é, também é quase evidente que não há aí gratuidade e nem tampouco voluntarismo desinteressado. Cabe, portanto, averiguar primeiro a natureza do serviço, suas qualidades e defeitos, destinação, custos e benefícios. Se se auto-proclama detentora da verdade dos fatos - tanto e de tal forma que "se não deu, é porque não aconteceu" -, há que se procurar elementos objetivos do que seja esta verdade, a serviço de quem se coloca e com que objetivos.

Pelo viés do serviço de utilidade pública declarada ou por aquele da atuação político-partidária mais ou menos escancarada, uma das perguntas que ressaltam aqui é: qual seria, do ponto de vista científico, a validade de traçar a história de um veículo de comunicação de massas, uma empresa privada, que por isso mesmo se rege por princípios, fundamentos e prioridades tão diferentes das preocupações acadêmicas, embora não tão estranhas como se possa supor, já que, a rigor, tudo é passível de ciência?

As motivações foram múltiplas. E qualquer uma que se puxasse, caberia. Escolhi a vertente da política. Assim, ao

entender o veículo de comunicação certamente busquei enfocá-lo do ponto de vista das relações de poder. O poder que lhe é próprio, peculiar, da natureza da atividade de comunicar. E o poder do ponto de vista do uso que se faz dele, do ganho, da manutenção, da reprodução, da titularidade e das finalidades. Todas questões nucleares. Porém, não interessou tratar a História somente como o lado de fora da investigação e o jogo do poder como a essência. O que se pretendeu foi a recolha dos fatos históricos e a juntada de significados. Aqui foram vistos história, comunicação e poder como uma peça única, que de fato o são.

Ainda se poderia indagar: alguém já não fez isso? Não haveria o risco de andar caminhos demasiados trilhados? De fato, existem trabalhos acadêmicos e não-acadêmicos sobre comunicação e poder no nosso estado. Não porém na nossa região, pelo menos com este enfoque e preocupações centrais: comunicação e poder. Certo que muitos trabalhos acadêmicos já esquadrinharam os caminhos do desvendamento dos problemas e das soluções para a Região Serrana, até mesmo do ponto de vista da comunicação, não porém tendo-a como fulcro central. Este viés estava em aberto. Portanto, este trabalho foi mais uma oportunidade de se firmar e afirmar as peculiaridades da região, da sua história e dos seus sucessos.

O relevo do trabalho está, assim, no tema, no enfoque e no corte geográfico. A documentação foi garimpada de fontes

muito esparsas e o objeto específico envolveu uma escrita da história e das relações em grande medida a partir de pessoas vivas e que ainda atuam nos veículos de comunicação e nos quadros dirigentes da sociedade política regional, o que rendeu e pode ainda render situações difíceis de sintonizar. A originalidade está no local, e aqui reporto-me ao saber do mestre da Geografia, Milton Santos, quando repete que *"é no lugar que se constrói o universal"*. Assim, é nas peculiaridades do evento situado que se procurará as conexões gerais e globais.

Um outro motivo que nos moveu diz respeito à identificação das relações da Rádio Clube de Lages, principalmente aquelas que se referem ao público receptor de sua mensagem, mas também as que dão origem e organizam as mensagens que ela passa ao público em geral, desde a criação de agendas de debate público, a própria organização do debate privado. Mesmo não considerando a atuação específica do veículo de comunicação Rádio Clube, as relações entre produtor, emissor e receptor de mensagem via mídia eletrônica são tema largamente preocupante no conjunto das relações sociais e dos enfoques teóricos, em especial quando se trata de verificar até que ponto os meios de comunicação de massa são capazes de chegar à obtenção de efeitos pré-concebidos e pré-estabelecidos. Será reducionismo atribuir aos veículos de comunicação poderes tão amplos e abrangentes que transformariam os receptores das suas mensagens em meras

marionetes? Será igualmente redutiva a situação oposta: ampliar de tal forma as capacidades de decodificação e de interpretação dos receptores, a ponto de se poder piamente acreditar em uma ampla e verdadeira democratização da comunicação?

O fato é que, sempre pensando nos mais diversificados desdobramentos das questões que me coloquei desde o início deste trabalho, que eram nuclearmente o uso e a reprodução do poder, que sempre me interessaram, nas suas mais variadas manifestações, decidi-me por fim pela comunicação como forma de poder e pela Rádio Clube de Lages, como veículo, devido à sua abrangência, considerando-se os limites territoriais do grande interior catarinense entendido pela própria mídia como Região Serrana e também pela riqueza de sua trajetória em meio a momentos de alta significância e repercussão políticas para o país, estado e região.

Com certeza, grande parte dos significados que foram pressentidos no tema e neste objeto despontaram das fontes que consultamos, muito especialmente das contribuições ao vivo das pessoas. E é exatamente isso que o torna atraente, estimulante e importante.

# **CAPÍTULO I**

**UMA CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO SERRANA**

## CAPÍTULO I

### UMA CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO SERRANA

Em 1941, surgiu em Lages, por iniciativa de Carlos Jofre do Amaral, aliado a José Bottini e Oswaldo Lenzi, a "Voz da Cidade", serviço de alto-falantes instalado na praça João Costa, centro da cidade, que transmitia, de forma precária (COSTA, 1982), no horário das 19 às 21 horas, notícias, comerciais e música popular.

Pode-se dizer que esta é a iniciativa básica em relação a todo o sistema de radiodifusão que vai posteriormente instalar-se em Lages e na região serrana de Santa Catarina<sup>1</sup>. Em 1942, Amaral, ele próprio um paulista do interior do

---

<sup>1</sup> Do ponto de vista geográfico, essa região pode ser descrita como o conjunto de 19 municípios circunvizinhos a Lages, situados no Centro Sul ou Planalto Sul do estado de Santa Catarina. Como microrregião polarizada, resulta de ato do governo estadual, que organizou o estado em microrregiões com finalidades político-administrativas. Os municípios desta microrregião polarizada agregam-se numa associação de executivos municipais - Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES). (...) Do ponto de vista da urbanização, a região serrana é formada por uma cidade-pólo regional - Lages -, de porte médio, isolada no coração da região. Com 156.406 habitantes, segundo o censo de 2.000, a cidade de Lages soma mais da metade de toda a população regional. No mais, são todos pequenos aglomerados urbanos isolados na imensidão dos campos, sendo que a maior cidade, depois de Lages, é São Joaquim com apenas 22.780 habitantes (Munarim, 2000:89).

estado, foi a São Paulo adquirir aparelhagem de radio-transmissão, visando a instalação de uma rádio em Lages. Somente em 1946, porém, é pré-inaugurada a emissora e são publicados os seus estatutos, tendo como associados Carlos Joffre do Amaral, Osni de Medeiros Régis e João Dias Bräscher. Note-se, no entanto, que a própria emissora considera o ano da sua entrada no ar o de 1949, tanto é verdade que comemorou os trinta anos em 1979, registrados com encarte especial no Jornal O Planalto, do próprio Sistema Catarinense de Comunicação, e o cinquentenário no ano de 1999, conforme o comprova o pronunciamento alusivo levado ao ar nesse ano. A data oficial de inauguração é 25 de agosto de 1949 (COSTA, 1982).

O contexto amplo da entrada no ar da Rádio Clube de Lages, o de finais da Segunda Guerra Mundial, é o dos discursos puxados a partir dos países centrais, de reorganização das economias direta ou indiretamente devastadas pela guerra e de redemocratização do Estado e das instituições.

*"A deposição de Vargas e o fim do Estado Novo, via golpe, em 1945, explica-se a partir de um duplo condicionamento. Por um lado deve-se enfatizar os efeitos da derrota dos regimes fascistas na Segunda Guerra, sobretudo quando países como o Brasil participaram do conflito ao lado das forças aliadas, em clara contradição*



*com o tipo de regime vigente. Por outro, ressaltam-se as repercussões dessa circunstância sobre a mobilização da sociedade contra a ditadura: a onda de liberalismo que acompanhava o fim da guerra e a consolidação da hegemonia norte-americana no Ocidente reacendiam princípios econômicos antagônicos a qualquer tipo de protecionismo e intervencionismo, repercutindo vivamente em certos segmentos da sociedade brasileira" (LINHARES: 1996, p. 286-287).*

Tais orientações também repercutiam no Brasil: desenvolvimentismo, com gradativo abandono das teses do capitalismo de bases nacionais e democracia baseada num renovado acordo nacional configurado em novo texto constitucional, no pluripartidarismo e no funcionamento pleno nos organismos de representação política. Do ponto de vista do exercício democrático, é o *"início da democracia competitiva de massas no Brasil. Não só as eleições se tornam mais livres e mais competitivas como (...) houve crescente incorporação da população no universo eleitoral, aumento da autonomia política e financeira dos municípios"*, assim define ABRUCIO (1998, p. 48) o período logo posterior ao final da 2ª Guerra Mundial. No que se refere aos meios de comunicação de massa, superada a fase experimental da operação com equipamentos importados, o setor é absorvido por empresas comerciais, passando a comunicação a tornar-se, também, preocupação de Estado, que visa colocar o sistema de

radiodifusão sob o seu controle direto, assumindo a titularidade e a concessão das frequências para a iniciativa privada (DE MARCO : 1991, p. 21).

Enquanto isso, a região serrana de Santa Catarina, e Lages à frente, integra-se, conforme MUNARIM, 1990, ao processo econômico brasileiro planejado por regiões, iniciado por Vargas (1930-45), com apogeu em Kubitschek (1956-1961), passando a desempenhar um papel específico de fornecedora de matérias-primas a outras regiões: à base da agropecuária historicamente constituída, juntam-se ali, agora, os componentes novos do extrativismo vegetal e da economia de serviços. É o chamado ciclo da madeira. *"No final da década de 40 a extração da madeira supera a pecuária em importância econômica para a região. (...) são os anos que vão desde o final da década de 1940 até 1960, que marcam os melhores momentos da extração da madeira na região serrana de Santa Catarina, do ponto de vista de rentabilidade econômica"*. (MUNARIM : 1990, p. 77).

Portanto, o ciclo da madeira para Lages e região serrana trouxe integração às outras regiões do país<sup>2</sup>, a quebra do secular isolamento. Representou, ainda, a inserção econômica

---

<sup>2</sup> Na perspectiva de Francisco de Oliveira (1981), o Estado intervencionista iniciado com Vargas e reforçado com Kubitschek destrói um determinado tipo de "região-ilha" que tinha como característica principal a autonomia em relação às demais regiões e em relação ao país, e cria "regiões integradas" em plano nacional. Cada nova região cumpre

da região no contexto econômico nacional, gerando uma "euforia desenvolvimentista". A base desse processo de acumulação de capital foi a extração e exportação da madeira<sup>3</sup> em bruto para o país e para o exterior. A economia regional cresce enquanto as reservas naturais de araucária sobrevivem. Em consequência,

*"O pólo central da região, a cidade de Lages, se urbaniza e se fortalece como pólo de atração e é influência regional como ponto de expansão e ligação com o mundo exterior que marca o rompimento dos limites insulares. Com efeito, agora, a comunicação se amplia: meios de comunicação de massa (rádios), a estrada federal (BR-116), mercado, cidade. Descrevendo o processo de urbanização de Lages e produção de significados, Peixer (1996:48) afirma: a partir de 1940 novos grupos, novas atividades, novos tempos e novos espaços começam a se estruturar e a estruturar a cidade. A década de 40 é um período de intensas transformações." (Munarim, 2000:103).*

Do ponto de vista político, o período denominado "ciclo da madeira" representa, de um lado, a perda gradativa de poder das oligarquias rurais e do poder pessoal dos

---

uma função especializada no plano de desenvolvimento nacional preconizado pelo Estado brasileiro.

<sup>3</sup> Na década de 50, Santa Catarina concorria com 54% da madeira exportada pelo Brasil. Desta percentagem, a maior parte cabia a Lages, que assim deteve por muitos anos o primeiro lugar no Brasil como produtora de madeira de pinho para aquela finalidade. Da mesma forma, o setor de beneficiamento de madeira, que representava 14,8% da produção total de

"coronéis", tradicionais comandantes da região, para os novos empresários do setor madeireiro e de serviços. Este processo de transição do poder vai culminar com a quebra da hegemonia das oligarquias rurais no Planalto Serrano Catarinense, no final da década de 60, que coincide também com o fechamento do ciclo madeireiro. Por outro lado, concomitantemente, vai acontecendo um processo ao mesmo tempo econômico quanto político, de paulatina proletarização do trabalhador rural (MUNARIM, 1990), que consiste na transferência da mão-de-obra da agricultura de subsistência e da pecuária para o setor madeireiro, juntamente com o crescimento dos núcleos urbanos existentes e a formação de novos aglomerados de vida semi-urbana que vão mais tarde originar alguns dos atuais municípios da região.

*"Dessa nova situação importa destacar algumas contradições que afloraram. Em primeiro lugar, destaco as disputas intra-classes dominantes. Os novos ricos, os gaúchos, não se alinham às diretrizes políticas dos coronéis locais, cujas oligarquias se ajustavam em torno de dois partidos políticos - a UDN e o PSD. Se não por questões de princípios político-partidários, os gaúchos não se alinhavam à política dos fazendeiros, em razão de que não concordavam com a política de gestão municipal que empreendiam, considerada inoperante naqueles setores que lhe diziam respeito: setores viário e fiscal*

*(Martendal, 1980 : 44). Surge então, o PTB como partido dos gaúchos. Não obstante, os fazendeiros continuarão mantendo a hegemonia política". (Munarim, 2000 : 104).*

Muito embora o período áureo da extração madeireira tenha proporcionado considerável bonança econômica à região serrana de Santa Catarina<sup>4</sup>, e especialmente sua integração ao centro de decisão do país, até com notável repercussão no jogo político estadual e nacional, os dividendos não permaneceram aqui e foram pelos beneficiários investidos em outros lugares. Não representaram, no período, maiores inversões em tecnificação e modernização da agricultura e da pecuária (MUNARIM, 1990), pelo menos na proporção do que ocorreu em outras partes do país. Nem tampouco representaram alternativas econômicas para a região. Desta forma, quando se encerrou o período extrativista, no final da década de 60, pelo esgotamento de reservas naturais, o que ficou foi uma economia local em colapso, numa conjuntura econômica mundial e nacional que se encaminhava para a recessão, em que pese o país estar vivendo os momentos de euforia do chamado "Milagre Brasileiro". A repercussão política do desfecho econômico desfavorável logo adveio com a quebra concomitante das

---

<sup>4</sup> Munarim refere-se ao período e ao fenômeno sócio-econômico-político correspondente como de "verdadeira euforia desenvolvimentista" (Munarim, 2000:102).

estruturas de poder assentadas tanto no "coronelismo", quanto nas elites rurais e agrário-extrativistas da região, em 1972.

*"Já no início da década de 60 a economia dessa região, baseada na extração e venda de madeira é afetada pelo influxo da economia nacional pós-governo JK e irá intensificar-se a partir do fim do chamado "milagre brasileiro" ocorrido em 1969-1973. Agora essa economia local/regional, nacionalmente integrada, sofre os revezes da crise que não exatamente sua" (Munarim, 2000 : 109).*

A este pequeno quadro econômico e político, apresentado com a finalidade de situar o momento e o clima que se dá o ingresso do fenômeno da comunicação social por meios eletrônicos na Região Serrana de Santa Catarina, resta acrescentar alguns outros componentes e determinantes sociais importantes.

Do ponto de vista demográfico, por exemplo, é possível fixar alguns dados fundamentais para as análises que forçosamente virão ocorrer neste estudo:

- 1) a Região Serrana de Santa Catarina sempre foi a maior em extensão territorial e aquela menos densamente povoada em todo o estado<sup>5</sup>, componentes que

---

<sup>5</sup> A área territorial da Região Serrana é de 16.271,90 km<sup>2</sup>, o que representa 17.24% da área territorial do estado de Santa Catarina. A população, pelo censo de 2.000, representa apenas 5,40% da população catarinense e a densidade demográfica é de 17,70 hab/km<sup>2</sup>, para 56,51 hab/km<sup>2</sup> do estado de Santa Catarina (IBGE, 2000).

agregam outros também importantes, como as longas distâncias, a carência quase que total de equipamentos (educacionais, de saúde, órgãos públicos e difusores de cultura, para citar apenas alguns) fora dos núcleos urbanos e, em alguns casos, até mesmo nas cidades e vilas, enfim, os acessos difíceis a recursos materiais e a bens culturais;

2) a disseminação do contingente populacional majoritariamente nas áreas rurais, pela própria estruturação agrário-agrícola-extrativista a que foi submetida a região, sendo relativamente pequenos e inexpressivos em termos de população os núcleos urbanos da região até a década de 70, exceção de Lages, São Joaquim e Curitibanos;

3) a criação de nichos de isolamento. Para se ter uma idéia, e tomando Lages como exemplo e parâmetro para toda a região, até o ano de 1960 a população rural era sensivelmente superior à urbana. Esta situação começa a se inverter, conseqüência, inclusive, dos processos migratórios decorrentes do esgotamento do "ciclo da madeira"<sup>6</sup>, somente na década de 70, como demonstra o quadro abaixo.

---

<sup>6</sup> Evidentemente que o declínio do pique extrativista aqui denominado ciclo da madeira, como o próprio termo o traduz, é um processo de que ainda hoje se vêem traços. É comum entender-se, no entanto, a década de

Quadro 1. População urbana e rural de Lages – 1960/2000

<b>ANO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>
1960	76.579	34.647	41.932
1970	128.728	82.006	46.722
1980	155.293	123.616	31.677
1990	151.235	138.575	12.660
2000	156.406	152.320	4.086

Fonte: IBGE – 2.000.

Num quadro predominantemente rural como este e que somente nos anos recentes se urbaniza, não pela natureza do rural em si, mas pelo efeito da condição de complementaridade e subsidiaridade que o setor adquire no modelo capitalista industrial, nesse meio, na região serrana de Santa Catarina, as carências de ordem social se multiplicaram após o ciclo madeireiro. O esgotamento das florestas de araucária por um processo extrativista depredador que, além de não providenciar a reposição dos estoques, também não se preocupou, no próprio processo exploratório e produtivo, em agregar valor ao maior patrimônio natural da região, acabou por ocasionar a quebra de inúmeras empresas e por mergulhar a região em um processo de estagnação econômica que persiste até os dias de hoje. Algumas empresas, as maiores, mudaram de lugar ou mesmo de ramo.

A herança é pesada e tem requerido análises e debates em vários âmbitos, com destaque para o educacional, o político e

---

60 como o início do fim das reservas de pinheiro nativo (Munarim, 2000:109).



de governo, no nível das organizações não-governamentais, nas entidades vinculadas ao setor empresarial. A região detém, hoje, índices socioeconômicos comprometedores.

Com base em Munarim (2000:91), é significativo destacar alguns desses dados:

1)Rendimento médio mensal: 93,09% dos maiores de 10 anos ganham menos de 3 salários mínimos (1995). Isto seguramente implica limites na capacidade de inserção dos mecanismos de consumo não apenas de supérfluos, mas de primeira necessidade. Nem se fala em capacidade de investimento em bens de produção, por exemplo. O reflexo é mais poderoso ainda quando se trata de capacidade de inversão em bens e melhorias simbólico-culturais, como é o caso do investimento em Educação, formação e capacitação pessoal, por exemplo, ou nos bens produzidos e distribuídos pelos meios de comunicação de massa.

2)Analfabetismo: o maior índice do estado, chegando, segundo dados da 7ª Coordenadoria Regional de Educação, confirmados por Fecam/Amures (1995:86), a 35%. A taxa do município de Lages, pólo regional, segundo levantamento da Amures (1995), é 32%. Este é o tipo de índice que fala por si próprio. Os reflexos na cultura política, na visão de mundo, no conservantismo

político-econômico, em suma, na base do desenvolvimento, assim entendidos os seus pressupostos fundamentais, são evidentes na medida em que emancipação social pressupõe transformação e desinstalação.

3)Taxa de crescimento populacional: 0,72%, considerada pequena, perto dos 2,06% do estado. Alguns municípios da região (53%) mostram taxas de crescimento da população negativas. Os dados refletem claramente a evasão da população para outras regiões, principalmente gente jovem, em busca de melhores perspectivas de vida.

4)Mortalidade infantil: em dados do IBGE (1989), fica claro que o índice da região, relativamente ao de Santa Catarina, é preocupante: 30,45 mortes de crianças de até um ano para cada mil nascidas vivas, para 21,94 no estado. Apesar do dado ser relativamente antigo e das administrações municipais, especialmente entre 1992 e 2000, terem implementado programas que resultaram em sensíveis melhorias<sup>7</sup>, ainda assim cabe a

---

<sup>7</sup>Informação do Sistema Único de Saúde - SUS, fornecida pelo Gabinete do Prefeito de Lages, com base em relatório da Secretaria Municipal de Saúde (2.000), apontam para uma queda no índice geral de mortalidade infantil no município de Lages, fruto dos programas de atenção integral à saúde da criança levados a efeito pelas duas últimas administrações municipais. O relatório em questão coloca em 20,20 por mil a mortalidade entre crianças de até um ano nascidas vivas. Apesar de ser um número referente ao

incômoda colocação entre os indicadores sociais preocupantes no estado.

5)Arrecadação de ICMS: tomando-se esta como base para o cálculo da arrecadação *per capita*, verifica-se, segundo informação da FECAM/AMURES (1995) trazida por Munarim (2.000:91), declínio a partir de 1991. Entre as causas, a concentração da economia no setor primário, com baixos índices de agregação de valor aos produtos naturais da região, a baixa competitividade da pecuária, outra economia regional-base, diante da concorrência nacional e do Mercosul, a incipiência do "novo ciclo madeireiro" com base na exploração de espécies exóticas, a baixa qualidade da mão-de-obra nativa. Todos esses são indicadores de refluxo do movimento econômico, de que o decréscimo da arrecadação de impostos é o indicativo.

6)Estrutura fundiária tendente à concentração da propriedade em função do êxodo rural em várias direções do estado e para fora dele, a partir da década de 60, com uma primeira parada em Lages e núcleos populacionais maiores da região. É a expressão mais imediata e concreta do pós-ciclo madeireiro. Decorrência ou contingência disso, inúmeros problemas

---

município de Lages, é provável uma tendência de reflexo positivo também no índice regional.

atribuíveis ao crescimento urbano desordenado são constatados principalmente na cidade de Lages, pólo regional: déficits habitacionais, de saúde, saneamento, educação e, acima de tudo, de emprego.

O que se sucede, nos finais da década de 60, são incontáveis discussões acerca de vocação de Lages e região serrana. Em 1972, quando assume o comando do Município de Lages uma administração de oposição (MDB), tanto ao regime implantado no país, quanto contrária aos interesses das oligarquias até então aqui reinantes, o discurso era francamente pela implementação de um novo ciclo de industrialização. Uma das iniciativas nesse sentido será a implantação do Distrito Industrial de Lages.

A nova industrialização, mesmo com todos os incentivos locais que recebeu, não logrou reatar o caminho do desenvolvimento, mercê de uma conjuntura desfavorável, tanto em nível nacional, com o fim do "milagre", quando em nível internacional, em função de processo cíclico-recessivo da acumulação capitalista cujo ponto forte de inflexão situa-se exatamente na crise internacional provocada pela alta dos preços do petróleo, em 1973. Junte-se este quadro conjuntural a uma formação social historicamente constituída no setor primário da economia, descapitalizada, politicamente conservadora e tradicional e se construirá uma perspectiva

de desempenho econômico sofrível e de desajuste social, que persistem mais ou menos inalterados até a atualidade. Conforme foi acima apontado, desafortunadamente e não por acaso, a região serrana de Santa Catarina detém, ainda hoje, os mais contundentes índices sociais e econômicos do estado. Enquanto isso ainda procura pela sua nova vocação econômica e não pode mais ostentar aquele poderio político que alimentou e manteve nos tempos do coronelismo.

É, portanto, no início do ciclo extrativista madeireiro que se estabelece, passa a emitir e difundir suas mensagens o primeiro meio de comunicação eletrônica de massas do Planalto Catarinense, em 1947, e definitivamente em 1949, a Rádio Clube de Lages, em ondas médias, atuando na frequência de 690 khz, até 1977 com 1.000 watts de potência, ampliada para 5.000 watts na antena a partir dessa data, fato que, aliado às condições de ter sido pioneira e atuado sem concorrentes até meados da década de 50, lhe permitiu, primeiro, atingir pouco a pouco a totalidade da região serrana de Santa Catarina, segundo, vocacionar-se e ser vocacionada primordialmente a serviço do meio rural, com liderança comprovada de audiência nesse meio e, terceiro, passar de uma certa forma a "organizar a discussão permanente dos setores privados" de boa parcela da população serrana, de forma analógica ao que diz HABERMAS (1984) quando se refere ao

aparecimento de uma esfera pública burguesa e suas formas de expressão na Europa do Séc. XIX.

A partir de 1956, a Rádio Clube de Lages passou a enfrentar concorrência no meio da radiodifusão, com a instalação sucessiva das rádios Diário da Manhã (1956), Difusora (1962), Princesa (1966). Em finais da década de 60 entrou na região o sinal de televisão do Canal 12 de Porto Alegre, que em 1975 já atingia boa parte da cidade de Lages. Também em meados da década de 70, uma novidade nos meios radiofônicos locais, com a instalação da primeira emissora em FM (Cacimba FM). Finalmente, em 1980, entra no ar a primeira emissora de televisão do Planalto Serrano Catarinense, a TV Planalto - Canal 10. Todos estes acontecimentos evidentemente representaram mudanças na trajetória da Rádio Clube de Lages, mudanças genéricas, enquanto mexeram com a totalidade do sistema de comunicações e mudanças específicas, enquanto obrigaram-na a transformar o formato da programação, mantendo, no entanto, um núcleo intocado até hoje, constituído basicamente do "Grande Jornal Falado Rádio Clube de Lages" em duas edições diárias, às 8 e às 12 horas, a "Oração da Ave Maria", diariamente às 18 horas e as transmissões religiosas da missa dominical das 8 horas na Catedral Diocesana, aos domingos, e da procissão de *Corpus Christi*, estas últimas programações a cargo da Diocese de

Lages. A este núcleo se poderia acrescentar, sem prejuízo, o programa "Alma Cabocla" de Manoel Correia, o Maneca.

A Rádio Clube de Lages, desde o início de suas transmissões como simples serviço de alto-falantes, até os dias de hoje, tem-se colocado diante da sociedade e da mídia em geral como uma "prestadora de inestimáveis serviços", prioritariamente dirigidos às populações mais ou menos isoladas do meio rural da região onde se insere, mas também da cidade e arredores, serviços que vão desde a simples mediação de recados e avisos para o interior e vice-versa, uma espécie de despachante pelo ar, entretenimento musical, e, mais recentemente, interlocução direta com as comunidades através da discussão de problemas e reivindicação de solução pelos poderes públicos e privados, serviços religiosos, extensão rural, entre outros.

Pela influência que passou historicamente a exercer e exerce na vida e cotidiano da população da Região Serrana de Santa Catarina, principalmente do povo simples e ingênuo do interior, propondo formas de sociabilidade, utilizando e passando ideologia, encurtando distâncias, transmitido conhecimento, impondo formas estéticas e sugerindo comportamentos, a Rádio reivindicou para si durante muito tempo a condição de intérprete e mediadora privilegiada da verdade na relação com o público, virtude esta que

consubstanciou na síntese "*Se a Clube não deu, é porque não aconteceu*".



# **CAPÍTULO II**

**PODER POLÍTICO E COMUNICAÇÃO: APORTES TEÓRICOS**

## **CAPÍTULO II**

### **PODER POLÍTICO E COMUNICAÇÃO: APORTES TEÓRICOS**

Algumas aproximações teóricas são fundamentais para os objetivos deste trabalho.

Em primeiro lugar, a questão genérica da formação, pelos grupos sociais, de seus intelectuais tradicionais<sup>8</sup> ou orgânicos, especialmente intelectuais coletivos, capazes, como os órgãos de comunicação social, por exemplo, de constituir agendas e influenciar o debate privado no interior de um grupo social, e, enquanto atores políticos, de incrementar o teor ideológico das mensagens em favor de uma determinada classe social e com ele inocular a sociedade como um todo. No âmbito deste debate, vamos também buscar entender as relações do intelectual com o grupo social, a natureza da sociedade de classes, os conflitos de hegemonia no seu interior, um posicionamento quanto à natureza e função do Estado, restrito e ampliado, a constituição de uma esfera

---

<sup>8</sup> O que define os intelectuais tradicionais é que "eles consideram a si autônomos e independentes do grupo social dominante, embora sejam

pública despregada do Estado, a importância crescente da ampliação da sociedade civil em relação à sociedade política, o aparecimento de novos atores sociais.

Num outro momento, mas não menos importante, será preciso referenciar as questões da comunicação social propriamente dita, e a comunicação de massa como fenômeno típico da sociedade industrial, discutindo, no bojo dessas questões gerais, o próprio conceito de massa, o caráter da produção de bens simbólicos e a mercantilização do processo de produção e distribuição desses bens, o papel da comunicação e do veículo de comunicação, seja em termos da relação emissor-receptor, seja na identificação dos verdadeiros interesses que se escondem por detrás ou por dentro das mensagens veiculadas a serviço de determinados jogos e arranjos de classe no interior de grupos sociais amplos ou restritos.

Todos estes são aportes interessantes para o trabalho, pinçados tendo sempre ao fundo o objeto específico da investigação, o fenômeno da comunicação na Região Serrana, um veículo específico, uma rádio, e as conotações de poder político envolvidas nessa relação.

---

portadores de qualidades grupais, como espírito de grupo, continuidade histórica e qualificação". (Gramsci, 1985:6).

## 2.1 Uma leitura em Gramsci sobre a dinâmica da formação dos intelectuais pelos grupos sociais

No que diz respeito à formação da intelectualidade no interior dos agrupamentos sociais, sem pretensão de exclusividade, mas em função de evidente acuidade, aproxima-se muito GRAMSCI (1985), quando reflete a respeito da função e do caráter do intelectual na vida social.

*"Cada grupo social, nascendo no terreno originário de uma função essencial no mundo da produção econômica, cria para si, ao mesmo tempo, de um modo orgânico, uma ou mais camadas de intelectuais que lhe dão homogeneidade e consciência da própria função, não apenas no campo econômico, mas também no social e no político: o empresário capitalista cria consigo o técnico da indústria, o cientista da economia política, o organizador de uma nova cultura, de um novo direito." (GRAMSCI, 1985: 3).*

Assim, do intelectual deve-se esperar não somente uma elaboração social superior, ou uma postura desengajada e distante, simplesmente alimentadora do grupo com a teoria mais concernente, mas também capacidade dirigente e técnica, o componente ativo da relação política, que envolve atitude presencial, "não apenas na esfera estrita de sua atividade e de sua iniciativa, mas ainda em outras esferas... (deve ser um organizador de massa de homens: deve ser um organizador da

*confiança dos que investem na sua fábrica, dos compradores de sua mercadoria)" (GRAMSCI : 1985, p. 4).*

Todavia, os grupos sociais essenciais<sup>9</sup>, segue a lógica gramsciana, ao se estabelecerem para construir uma nova estrutura econômica, com base na anterior, deparam-se também com os intelectuais preexistentes, responsáveis eles também pela continuidade histórica. O exemplo típico de Gramsci para definir o novo intelectual diante do tradicional na transição da estrutura feudal para a pré-capitalista são os eclesiásticos, que até ali monopolizavam o conhecimento e a cultura, formalizando a filosofia e a ciência da época. Mas enumera outros, tais como os médicos, os cientistas, os teóricos, os administradores.

Entre o novo e o tradicional, no entanto, a função do intelectual é essencial para a interpretação e a organização, a identidade e a homogeneidade dos grupos sociais preexistentes ou emergentes. Embora, segue GRAMSCI, todos os homens de alguma forma sejam intelectuais,

*"nem todos os homens desempenham na sociedade funções de intelectuais".*

---

<sup>9</sup> Para Gramsci, essencial é o grupo indispensável no mundo da produção. Ao analisar, por exemplo, o sistema feudal, observa que a massa dos camponeses, "ainda que desenvolva uma função essencial no mundo da produção, não elabora seus próprios intelectuais 'orgânicos' e não 'assimila' nenhuma camada de intelectuais 'tradicionais', embora outros grupos sociais extraiam da massa dos camponeses muitos de seus intelectuais e grande parte dos intelectuais tradicionais seja de origem camponesa". (GRAMSCI, 1985:5).

(...)Formam-se assim, historicamente, categorias especializadas para o exercício da função intelectual; formam-se em conexão com todos os grupos sociais, mas especialmente em conexão com os grupos sociais mais importantes, e sofrem elaborações mais amplas e complexas em ligação com o grupo social dominante". (GRAMSCI : 1985, p. 7 e 8).

O grau de sintonia ou de organicidade entre o intelectual e seu grupo de pertinência é variável, obedece e corresponde a vários planos ou patamares de funções. Um intelectual pode ser um criador, um artista, um cientista. Pode, no entanto, transformar-se em apenas mais um administrador<sup>10</sup>, como diz GRAMSCI (1985), ou divulgador da riqueza intelectual existente. Pode simplesmente atuar como mediador entre esferas privadas, no seio da sociedade civil, ou vir também a ser mediador diante do Estado, quando passa a corresponder "*à função hegemonia que o grupo dominante exerce em toda a sociedade*" (GRAMSCI : 1985, p.11), seja como fator de consenso, entendido como aceitação, ou como instrumento de justificação do domínio.

*Ora, pôr a questão da hegemonia é pôr simultaneamente a questão da*

---

<sup>10</sup> "De fato, a atividade intelectual deve ser diferenciada em graus, inclusive do ponto de vista intrínseco; estes graus, nos momentos de extrema oposição, dão lugar a uma verdadeira e real diferença qualitativa: no mais alto grau, devem ser colocados os criadores das várias ciências, da filosofia, da arte; no mais baixo, os 'administradores' e divulgadores mais modestos da riqueza intelectual já existente, tradicional, acumulada". (Gramsci, 1985:11).

*ideologia, das agências da sociedade que a veiculam, e das relações sociais que as geram. (...) Enfim, as relações sociais são relações ideológicas porque, ao dizer o mundo, reapresentá-lo e conceituá-lo, os discursos o fazem de acordo com os interesses de classe. (Cury, 1992:45 e 46).*

### **2.1.1 Hegemonia e ideologia: função educativa e estratégia de alianças**

Assim, ideologias não aparecem por geração espontânea. São construções sociais e, acima de tudo, são engenharias políticas. Apreender o movimento do real, reapresentá-lo e reconceituá-lo consiste em cercá-lo por detrás de um arcabouço ideológico. Isto é trabalho de transformação que, por sua vez, provoca ainda mais transformações. Estas, se por um lado configuram-se intrinsecamente boas para aqueles que se encontram às margens da sociedade e de suas benesses e, por se entenderem assim, lutam por visibilidade social, por outro lado, para os que detêm o domínio desse mesmo processo, o que inclui dizer o controle do ponto de vista de onde se impostam e se colocam as "verdades", é preciso mudar para que tudo permaneça exatamente como está. Este movimento de queda de braço ganha mais sentido quando se sabe que, em meio ao grande embate, está uma massa informe e gelatinosa, cuja consciência não ultrapassa o nível de classe em si.

De qualquer forma, como já apontado acima, do ponto de vista da forma, a hegemonia se manifesta de duas maneiras: de dominação e de consenso. Via de regra, o grupo hegemônico procura viabilizar-se pelo consenso, mas é também comum utilizar-se das duas formas de expressão. Mais tarde, ao verificarmos a natureza do Estado e as relações sociedade civil-sociedade política, especialmente no Brasil, se poderá constatar uma história marcada por claro predomínio do Estado autoritário, onde a forma de hegemonia por domínio quase sempre prevaleceu, diríamos quase numa constante histórica.

No entanto, qualquer que seja a forma, se afigura aqui um dos papéis destinados aos meios de comunicação de massa, genericamente falando, e aos veículos de comunicação, especificamente, numa estrutura capitalista, proprietária desses meios que, assim, via de regra aparecem como instrumentos das classes dominantes: propor ou impor formas e mecanismos de *"negação da divisão de classes, através de um discurso pretensamente universal, igualitário, e, portanto, falsamente idêntico e homogêneo"* (CURY, 1992:47).

Hegemonia define-se, assim, como

*"...a capacidade de direção cultural e ideológica que é apropriada por uma classe, exercida sobre o conjunto da sociedade civil, articulando os seus interesses particulares com os das demais classes de modo a que eles*



*venham a se constituir em interesse geral. Referida aos grupos e facções sociais que agem na totalidade das classes e no interior de uma mesma classe, ela busca também o consenso nas alianças de classe, tentando obter o consentimento ativo de todos, segundo os padrões de sua direção". (Cury, 1992: 48).*

É aqui que entra a chamada função educativa da ideologia, cujo instrumento privilegiado, nos dias de hoje, e no âmbito do nosso objeto de pesquisa, são os meios de comunicação de massa. É quando uma classe social, investida ou não de poder para tal, esforça-se para implantar uma certa representação do mundo e do real ou mantê-la.

No caso da sociedade capitalista, entrelaçam-se ou entremeiam-se dois momentos da força ideológica ou hegemônica: o momento de implantação de novos conceitos, visto que estão sempre se reciclando para reproduzir-se e permanecer, e o de manutenção das idéias implantadas. Um momento inovador e um conservador, mesmo na perspectiva dos dominantes, como já visto. Para eles, no entanto, inovar sempre será um risco bem calculado para garantir a permanência do essencial, que é a hegemonia, ou o controle do processo social.

Da mesma forma, para as classes subalternas, a função educativa se manifesta também em dois momentos distintos, mas imbricados: a problematização do real, quando aflora a

consciência da exploração e o momento revolucionário, quando se impõe a necessidade de transformação do panorama social.

Aqui impõe-se de novo o papel articulador da comunicação de massa e seus instrumentos. Aparelhados com recursos tecnológicos de última geração, de largo alcance, frequência ilimitada, continuidade, capacidade de atingir em tempo real um número enorme de pessoas, eles são a mão armada da classe que deseja interpor o seu pensamento para toda uma sociedade. Eles transportam o conteúdo programático, identificam os objetivos, apontam ou escondem as estratégias, conforme as necessidades.

Mais transcendente fica ainda esta função da luta por hegemonia quando se sabe que ela envolve o estabelecimento de alianças, primeiro intra-classes e depois entre classes, fato que torna imprescindíveis instrumentos que transportem rapidamente os discursos unificadores e articuladores.

*"... hegemonia não é só aliança entre grupos de classe dominante, mas funciona a nível de relações entre dirigentes e dirigidos, o que permite à classe subalterna reivindicar seus objetivos mediante mecanismos estabelecidos pela burguesia. Isso se faz possível porque a ideologia dominante articula, inclusive satisfaz, certos interesses das classes subalternas. Através desse mecanismo, a classe dominante desarticula o projeto dominado e o rearticula em torno do seu. Contudo,*

*este mecanismo é contraditório, porque na defesa de seus interesses as classes subalternas se permitem reelaborar o discurso dominante, rearticulando-o em face de suas necessidades (CURY, 1992: 48).*

É interessante aqui, ao ensejo das análises dos papéis e funções da comunicação de massa e de seus veículos a serviço de classe e de lutas por hegemonia - que propositalmente estamos entremeando aos aportes teóricos -, ainda uma configuração preferencial, segundo GRAMSCI, da palavra hegemonia, no nosso entendimento muito mais - embora contraditória e paradoxalmente - ao sabor e ao gosto das classes dominantes e do instrumental utilizado para homogeneizar os conflitos sociais e adocicar o discurso simulador. É quando Gramsci busca o sentido original de hegemonia nas raízes gregas.

*"A palavra hegemonia vem de um verbo grego que significa dirigir, guiar, conduzir. Gramsci usa esse termo não só no sentido tradicional que salienta principalmente a dominação, mas no sentido originário da etimologia grega ("direção", "guia"). (GRUPPI, 1980:78).*

### **2.1.2 A noção de intelectual: organicidade e capacidade de leitura do real em movimento**

Outro enfoque de boa repercussão, no trato desta questão da acuidade e da diligência do meio de comunicação de massa na interpretação do que é bom e do que é ruim nos arranjos de classe, e que vai se refletir direta e decisivamente no resultado do trabalho de desmanche, implante e manutenção de idéias e visões de mundo, se relaciona com o caráter da relação do intelectual (seja no sentido estrito, seja no sentido de intelectual coletivo, como é o caso deste que buscamos compreender), com os seus interlocutores.

É novamente de GRAMSCI, quando tenta entender as possibilidades da revolução proletária na sua Itália, que vamos depreender como transcendental a capacidade do intelectual de entendimento e identificação da especificidade da luta e das características particulares de uma sociedade determinada, aquela onde ele (o intelectual) está inserido. Organicidade é um termo que sintetiza muito bem este convívio, que implica inserção direta, comunhão, de um lado, e afastamento voluntário e consciente, por outro, no sentido de que o intelectual não palmilha caminhos sem volta, mas um périplo entre vários lugares e uma troca permanente de interesses, experiências e saberes.

*"O modo de ser do novo intelectual não pode mais consistir na eloquência, motor exterior e momentâneo dos afetos e das paixões, mas num imiscuir-se ativamente na vida prática, como construtor, organizador, 'persuasor permanente', - já que não apenas orador puro - e superior, todavia, ao espírito matemático abstrato; da técnica-trabalho, eleva-se à técnica-ciência e à concepção humanística histórica, sem a qual se permanece 'especialista' e não se chega a 'dirigente'". (GRAMSCI, 1985:8).*

Um intelectual orgânico às classes subalternas, nesse périplo, trabalha para a elaboração da síntese prática-teoria-prática, ou seja, na perspectiva de uma filosofia da práxis, que inclui um momento que é conhecimento puro, que agrega e soma os conhecimentos do outro à consciência da capacidade de dirigir a sociedade de ambos, e outro que é ação política pura, revolucionária, isto é, genuinamente transformadora, que se concretiza em novas formas de intervenção no real em benefício da classe agora para si.

Já o intelectual orgânico às classes dominantes, via de regra é hábil e aparelhado para a recolha do conhecimento e das vivências do seu interlocutor, faz uma leitura sob a ótica e a hégide do mercado, filtra as expressões que têm possibilidades mercadológicas, despreza as outras, dá àquelas um tratamento adequado, inoculando valores e padrões da classe que representa, os do consumo, por exemplo, e devolve

em forma de produto, mercadoria, *show*, notícia, *business*. Normalmente, o subalterno não apenas aplaude, mas paga pelo que já foi seu por origem e por direito. Nessas condições, estaremos a um passo da consolidação de um processo de hegemonia.

Quando Gramsci reflete sobre as causas do fracasso da Igreja na Itália, na empreitada de difundir um novo humanismo, ou uma nova concepção cultural, ele é claro: tal aconteceu porque os intelectuais mantiveram-se separados do povo, quer seja pela linguagem - porque insistiram em manter duas linguagens diferentes, uma para os intelectuais, outra para os humildes -, quer seja por uma vida cultural separada. Uma opção de classe? Certamente.

*"Aqui muda completamente a noção de intelectual. Não é quem sabe o latim ou o grego antigo, o escritor ou coisa parecida. Intelectual é o dirigente da sociedade, o quadro social. Um cabo do exército, embora analfabeto, segundo Gramsci, é (...), porque dirige soldados; (...) é também um chefe das ligas de assalariados agrícolas, ainda que analfabeto, como eram muitos deles na época de Gramsci, porque organiza os trabalhadores, dirige-os e educa-os. Estes, (...), são (...), os que mantêm coeso o bloco histórico, os que elaboram a hegemonia da classe dominante, que sem eles não poderia ser dirigente: seria apenas dominante e opressiva, faltar-lhe-ia a base de massas, o consenso necessário para*

*exercer o seu poder". (GRUPPI, 1980:84).*

E o que dizer de um profissional da imprensa, um locutor de rádio, um repórter, ou um coletivo deles, uma rádio inteira, mesmo que reúna analfabetos, uns, e tecnicamente preparados, outros? Dizer que dificilmente encontrarão páreo na tarefa de auscultar as necessidades e peculiaridades de sua audiência, trazê-las a público, dourá-las e devolvê-las nas ondas do rádio crivadas pela ideologia que envergam. Pouca gente terá, certamente, a capacidade de monitorar tanto as façanhas individuais quanto os movimentos coletivos, de exercer ela própria a consciência que reinterpreta a espontaneidade destes e limpá-la dos elementos contraditórios, do atraso, e, - por que não? - dos elementos reacionários que conttenham. Pouca gente terá condições de dispensar, como esta, zelo e diligência necessários na reorientação do núcleo sadio que envolve o conhecimento comum do povo, marcado de superstições e contradições.

### **2.1.3 Sobre os conceitos de intelectual coletivo e de partido político ampliado**

Para Gramsci, inspirado em Maquiavel, o partido político - moderno Príncipe - seria um grande intelectual ("*Todos os*

*membros de um partido devem ser considerados intelectuais"), âmbito privilegiado na consecução da hegemonia de classe. Togliatti, interpretando Gramsci, designou o partido como um intelectual coletivo.*

*"A primeira novidade, em comparação com a pesquisa de Maquiavel, é que o 'moderno Príncipe' - o agente da vontade coletiva transformadora - não pode mais ser encarnado por um indivíduo. Nas sociedades modernas, mais complexas, cabe a um organismo social o desempenho das funções que Maquiavel atribuía a uma pessoa singular. E Gramsci, (...) não pretende 'inventar' esse organismo, pois ele 'já foi dado pelo desenvolvimento histórico e é o partido político', ou seja, é um dos elementos mais característicos da rede de organizações que forma a moderna sociedade civil". (COUTINHO, 1992, 103).*

Entendido, portanto, que partido ou partidos são organizações sociais dotadas, por origem e construção histórica, de funções específicas de direção nas lutas de hegemonia e contra-hegemonia, portanto funções intelectuais, é isso que torna mais pertinente e até mesmo imprescindível a permanência desta categoria de análise nos quadros referenciais deste trabalho. O ponto de toque é, mais uma vez, a questão do papel do intelectual no interior dos grupos sociais. Para Gramsci, tanto intelectuais orgânicos, aqueles



que mantêm estreita ligação de classe, quanto os chamados tradicionais, relativamente autônomos e independentes,

*"ambos exercem funções análogas à do partido político: eles dão forma homogênea à consciência de classe a que estão organicamente ligados (ou, no caso dos intelectuais 'tradicionais', às classes que dão sua adesão) e, desse modo, preparam a hegemonia dessa classe sobre o conjunto de seus aliados. São, em suma, agentes da consolidação de uma vontade coletiva, de um 'bloco histórico'. (COUTINHO, 1992:108).*

Desde esta colocação, é nítida, aqui, uma espécie de ampliação da abrangência do conceito de partido político. De fato, quando constatada, na complexidade da sociedade moderna, a emergência das mais variadas formas de novos sujeitos históricos - inclusive a mídia eletrônica, que somente despontava na época -, sujeitos com interesses extremamente diversificados, mas passíveis de serem reunidos em uma vontade política, é impossível, como Gramsci o fez na análise da *Questão Meridional*, deixar de intuir que *"...grandes intelectuais individuais (ou grupos de intelectuais agrupados em revistas, jornais, etc.) exercem freqüentemente a função de partidos políticos"* (COUTINHO, 1992:108).

Na mesma linha e contexto, Gramsci refere-se ao partido como *"uma elite de homens de cultura, que têm a função de*

*dirigir, do ponto de vista da cultura, da ideologia, um grande número de partidos afins". Ou, ainda, que "um jornal (ou um grupo de jornais), uma revista (ou um grupo de revistas) são também partidos ou frações de partidos".*

Isto posto, neste ponto restaria ainda apenas uma referência no sentido de que, no interior dos partidos ou frações de partidos, como acima colocados, convivem como numa estrutura organizativa três níveis de atribuições, ou três elementos distintos, segundo Gramsci, lido e interpretado por COUTINHO (1992:109). Numa ponta, os homens comuns, que se caracterizam mais pela fidelidade do que pelo espírito criativo; na outra, o estrato dirigente, que organiza e centraliza e, entre eles, um grupo de ligação.

Entendemos que assim colocados, os conceitos de intelectual coletivo, partido político amplo e restrito bem poderiam ser apropriados para um enfoque dos modernos meios de comunicação de massa e suas frações, que seriam os veículos de comunicação. Quer dizer: no sentido gramsciano da estrutura organizativa partidária, o próprio veículo de comunicação de massa, no caso presente a Rádio Clube, poderia, num determinado momento, configurar apenas uma função menor de um amplo sistema e ao mesmo tempo exercer papel intermediário em relação a um aparelho de comunicação maior, como uma rede, por exemplo, ou até mesmo, funcionar

como nível superior de direção (com características partidárias), enquanto no âmbito adstrito de um determinado lugar pode centralizar e até monopolizar a luta política, a montagem de esquema hegemônico ou de bloco histórico, por exemplo.

#### **2.1 4 Sociedade civil, Estado e esfera pública**

Norberto Bobbio, na abertura do 5º capítulo do estudo de Carlos Nelson Coutinho (1992) sobre o pensamento político de Gramsci, diz que *"o conceito-chave, o conceito que devemos tomar como ponto de partida, é o de sociedade civil"*.

À parte as conclusões de Bobbio, que o autor discute e questiona, para o objeto do nosso trabalho, o que importa é o desvendamento daquele espaço teórico novo que definirá a mediação entre a estrutura econômica da sociedade e a sociedade política, ou o Estado em sentido restrito. Este espaço novo, como acima referido, está imerso no conceito de sociedade civil como o formulou Gramsci. Ou, colocado de outra forma, gostaríamos de definir posições e referências em torno do que comumente passou a ser chamado de teoria ampliada do Estado, a partir da teoria clássica marxista<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Para esta abordagem, ou para a abordagem da chamada teoria ampliada do Estado, segundo Coutinho (1992) e Portelli (1990), colocam-se como clássicos, ou originários, os pensamentos de Marx, Engels e Lenin.

Nosso objetivo, na verdade, é encontrar um anteparo metodológico, um lugar de pertinência para uma diversidade de situações, funções e novos atores sociais que a moderna sociedade criou, a partir dos últimos anos do Séc. XIX, lugar em que, obviamente, entendemos incluir a marcante presença dos organismos de comunicação de massa.

**a) Estado em sentido restrito: o ponto de partida**

Marx, Engels e Lenin descobriram o caráter classista do Estado. Radicalizaram na abordagem e vasculharam-lhe a intimidade e o caráter e descobriram que ele somente subsiste quando e enquanto houver classe social. Assim sendo, a sua função é reproduzir a sociedade de classes, garantindo a sobrevivência dos interesses de uma em particular. Para tanto, o Estado usa de repressão ou do seu aparelho repressivo, personificado no aparato legal e policial.

*"A grande descoberta de Marx e Engels no campo da teoria política foi a afirmação do caráter de classe de todo fenômeno estatal; essa descoberta os levou, em contraposição a Hegel, a dessacralizar o Estado, a desfetichizá-lo, mostrando como a aparente autonomia e superioridade dele encontram sua gênese e explicação nas contradições imanes da sociedade como um todo". (COUTINHO, 1992:74).*

No enfoque de Marx, Engels e Lenin, tirado em época de escassa participação política das classes subalternas,

presença esta que se fazia visível apenas na ação clandestina de vanguardas pouco numerosas, esta realidade acabou proporcionando uma visão de Estado pela sua faceta repressiva.

**b) Uma nova situação histórica determina um novo conceito**

Não é o que acontece com Gramsci, que trabalha em contexto de grande efervescência social, caracterizado por intensa socialização da participação política, de tal monta que dá azo à emergência de uma nova esfera social, constituída de renovados e abrangentes sujeitos políticos coletivos e dotada de relativa autonomia e especificidade. Gramsci identificou este conjunto de fenômenos como uma espécie de emergência da "trama privada" e aos recém-chegados grupos de influência da nova ordem de "aparelhos privados de hegemonia".

*"Acentuadamente no último terço do século XIX e reforçado no século XX, fenômenos novos no mundo capitalista ocidental ocorreram, tanto na economia quanto na política, criando condições favoráveis às lutas dos trabalhadores. Entre o final do século passado e o início deste, o Estado viu-se obrigado, tendo-se por base a pressão social, a incorporar direitos políticos e sociais. Conquistas como a ampliação do direito de voto e regulamentação das relações de trabalho assalariado, bem como a participação de um número de pessoas em organizações autônomas, como sindicatos e organizações*

*autônomas, significam a ampliação do espaço da política". (MUNARIM, 2000:33).*

### **c) A sociedade civil e o conceito de Estado ampliado**

São características identificadoras da sociedade civil em Gramsci a participação voluntária e a negação do uso da repressão, exatamente os maiores distintivos da sociedade política, a outra esfera do Estado.

Se por padrão de referência tomarmos, segundo PORTELLI, a sociedade civil como o espaço da ideologia - e isto já foi feito no correr destes aportes -, ou "sua vocação para *dirigir um bloco histórico...*", a ideologia pode ser caracterizada sob três aspectos complementares:

*"Como ideologia da classe dirigente, abrange todos os ramos da ideologia, da arte à ciência, incluindo a economia, o direito. Como concepção de mundo, difundida em todas as camadas sociais para vinculá-las à classe dirigente, ela se adapta a todos os grupos; advém daí seus diferentes graus qualitativos: filosofia, religião, senso comum, folclore. Como direção ideológica da sociedade, articula-se em três níveis essenciais: a ideologia propriamente dita, a estrutura ideológica, isto é, as organizações que a criam e difundem, e o material ideológico, isto é: os instrumentos técnicos de difusão de ideologia (sistema escolar, mass media, bibliotecas)". (PORTELLI, 1990:22).*

Assim, com Gramsci, sintetizando: o Estado ampliado caracteriza a conjunção da sociedade política (Estado em sentido restrito ou Estado-coerção, dotado do monopólio legal da repressão e da violência), com a sociedade civil, ou o conjunto das organizações responsáveis pela elaboração e difusão das ideologias, incluídos aí o sistema escolar, as Igrejas, os partidos políticos, sindicatos, organizações profissionais, a organização material da cultura, a imprensa e os meios de comunicação de massa.

Se para os clássicos, como já acima referido, a expressão real do Estado era o seu momento-força, para Gramsci, a sua versão acabada é o momento-hegemonia da sociedade civil legalmente revestida de poder de coerção. A democracia é exercício e resultado de consenso na sociedade civil. A ditadura é a supremacia do domínio sobre o consenso e se manifesta na manipulação do aparelho repressivo do Estado. Daí se pode extrair outras tantas afirmações: de que a democracia está intimamente ligada à capacidade de construção de consensos, que se dão no âmbito da sociedade civil e se espraiam para o âmbito do governo. Ou por outra, quanto maior a capacidade de organização da sociedade civil ou a sua amplitude, alcance, abrangência, em toda a sua gama de diversidades e pluralidade, tanto maior a capacidade de obtenção de consenso ativo, e tanto menor a importância e a necessidade de intervenção do governo. Em suma, se é nanica

a sociedade civil, se agigantam o governo e a burocracia estatal, e maior resulta a possibilidade do uso de aparelho de força do Estado em benefício de uma determinada classe social.

No Estado enquanto constituição de duas esferas distintas e autônomas, contemporizam vários momentos num momento unitário, e, assim sendo, coexistem diferenças e identidades.

Do ponto de vista da construção e **preservação da base econômica** da sociedade, na infra-estrutura, normalmente há identidade de função e ambas as esferas trabalham pela manutenção e reprodução de uma determinada ordem existente.

Já no que concerne à **forma do encaminhamento dos interesses**, na sociedade civil, em face da necessidade da busca do consenso, a ação política visa à obtenção de aliados, até um limite de forças que garanta a direção política. Ora, consensos são sempre relativos, imperfeitos e transitórios. Assim, o labor pela consecução e manutenção do bloco histórico é permanente. Por outro lado, o momento-força do Estado, devido à sua natural característica de peso, homogeneidade e radicalidade, tende à permanência, à auto-sustentabilidade e à exclusão da outra esfera constitutiva.

Portanto, do ponto de vista das estratégias para a conquista da hegemonia, fundamental é a questão da capacidade



e da perspicácia na montagem de alianças. Interpretando GRAMSCI, citado por CURY (1992), é indispensável na montagem de grupos de hegemonia a transposição do caráter particular das lutas para um envolvimento mais amplo, que atinja a esfera nacional. É imperativo articular as diversas lutas no interior da sociedade por um projeto totalizador. Assim, toda a luta de posições começa com uma análise global da conjuntura, para identificar os atores e suas funções, os cenários possíveis e prováveis, os momentos corretos de agir e de esperar, de implantar o novo ou restringir-se a manter o já assimilado.

No que se refere à **materialidade própria** de cada esfera, como já visto, na sociedade política predominam os aspectos repressivos, enquanto que na civil, a inflexão é nos consensuais, como criou Gramsci, nos aparelhos ditos privados de hegemonia. Sempre entendendo-se, no entanto, a necessidade e as possibilidades da obtenção do consenso ativo como forma de atingir o poder político ou o poder de Estado ou o aparelho de Estado.

*"Em outras palavras: a necessidade de conquistar o consenso ativo e organizado como base para a dominação - uma necessidade gerada pela ampliação da socialização da política -, criou (...) determinadas objetivações ou instituições sociais, que passaram a funcionar como portadores materiais específicos (com*

*estrutura e legalidade próprias) das relações sociais de hegemonia. É essa independência material - ao mesmo tempo base e resultado da autonomia relativa assumida agora pela figura da hegemonia - que funda ontologicamente a sociedade civil como uma esfera própria, dotada de legalidade própria, e que funciona como mediação necessária entre a estrutura econômica e o Estado-coerção. (COUTINHO, 1992:77).*

Reunindo este conjunto de elementos constitutivos, é possível se depreender de Gramsci e no quanto ele se bateu para dar visibilidade e vigência à esfera civil do poder, que é ela a verdadeira esfera pública, à medida que em grande parte dali se deve esperar alguma coisa no sentido de ampliação da política, da democracia e da cidadania. Abrem-se, assim, não apenas outras possibilidades, mas a necessidade de deslocar e desalojar a antiga visão de esfera pública como âmbito exclusivo das atribuições do governo ou sua esfera solitária de abrangência, e, desalojar, também, a visão de esfera pública como esfera burguesa. Assim posta, a esfera pública, tal como a concebem Francisco de Oliveira e Carlos Nelson Coutinho, situa-se num espaço intermediário de intersecção entre Estado (sociedade política) e sociedade civil (infra-estrutura). Distinção e identidade entre o que é público e privado na prática política e no imaginário social passam a ser imperativas, assim como a compreensão e a

denúncia dos desvios e exageros conseqüentes da privatização do público.

Um aporte auxiliar neste pequeno estudo da teoria do Estado ampliado em Gramsci se faz necessário porque conseqüente direto do caráter dual e ao mesmo tempo unitário do Estado: é quando o Estado unifica consenso e coerção, o momento unitário das suas esferas constitutivas, da unidade na diversidade, o momento de supremacia.

*"O termo supremacia designa o momento sintético que unifica (sem homogeneizar) a hegemonia e a dominação, o consenso e a coerção, e direção e a ditadura. (...) para Gramsci, essas duas funções - ou dois feixes de funções - existem em qualquer forma de Estado; mas o fato de que um Estado seja mais hegemônico-consensual e menos ditatorial, ou vice-versa, depende da autonomia relativa das esferas superestruturais, da predominância de uma ou de outra que, por sua vez, dependem não apenas do grau de socialização da política alcançado pela sociedade em questão, mas também da correlação de forças entre as classes sociais que disputam entre si a supremacia". (COUTINHO, 1992:178).*

Mais uma vez, ressalta-se aqui a centralidade da idéia de que, maior a autonomia da sociedade civil, menor o poder de Estado no sentido restrito. Isto é, *"a sociedade civil é uma característica distintiva das sociedades onde existe um grau elevado de socialização da política"*.

Mas, nem sempre foi assim e os graus de intensidade na distribuição do poder também variaram no tempo.

Esta centralidade não é uma conclusão óbvia. Inclusive, para dar uma dimensão histórica à discussão, conforme mostra COUTINHO (1992:78), houve ocasiões em que Gramsci parece em dúvida se em sociedades pré-capitalistas também caberia uma sociedade civil. Somente aos poucos ele foi cristalizando a idéia de que não apenas nas sociedades ditas complexas politicamente ela se estabelece, uma vez que mesmo nas formas de Estado mais despóticas, algum tipo de função ideológica tinha que comparecer. O exemplo clássico é o Estado feudal-absolutista, em que a Igreja Católica fazia a função de geradora e difusora da ideologia, isto é, do corpo de idéias disponível para toda a sociedade.

Mas o que a Gramsci pareceu mover quase que compulsoriamente foi a comparação da sua realidade circundante (Itália do Norte e Questão Meridional) com a da Rússia pré-Revolução. Não é possível deixar de notar e anotar aqui o quanto ele se move no sentido de compulsar os níveis da vida e da organização política de uma e de outra sociedade, ocasião em que constata a existência de uma sociedade civil difusa, gelatinosa, aparentemente passiva e de outra sociedade civil complexa e politicamente ativa. No entanto, onde eram improváveis, ergueram-se as forças da

transformação, enquanto que de onde se podia esperá-las, não se movimentaram.

**d) Região Serrana de Santa Catarina, Estado e sociedade civil**

Os contatos com o pensamento gramsciano, que procuramos apontar neste capítulo e, inclusive, o uso que desse prolífico pensamento fizeram, felizmente para nós, alguns estudiosos com teses acadêmicas reconhecidas, balizam algumas aproximações possíveis e nos tentam a de imediato transpor para a realidade da Região Serrana de Santa Catarina, suas peculiaridades e vicissitudes.

Por exemplo, é notável como em Lages e Região convivem, até hoje, de um lado práticas econômicas pré-capitalistas, como o trabalho não-assalariado na agricultura<sup>12</sup>, na pecuária (às terças partes, às quartas, às meias, e outros mecanismos compensatórios não-salariais de trabalho normal e extra-horário), e, de outro, complexas parcerias empresariais, terceirização e distribuição de lucros. Num extremo, capacidade zero de acumulação, noutro, altos níveis de poupança. Aqui, enxada e arado de tração animal, ali, controle genético e alto grau de informatização. Na esfera superestrutural, a par do voto de cabresto, do político de

---

<sup>12</sup> Não me refiro aqui à agricultura familiar, que tem uma especificidade teórica e historicamente construída, tanto sob o capitalismo, quanto no socialismo, que não vem ao caso, neste momento.

palanque, do clientelismo escancarado, da compra e venda de favores e influências, a mediação do debate político pela mídia eletrônica e a apuração de votos por computadores de alta velocidade de resolução. De um lado, mediações ancestrais, como o senhorio, o compadrio, as "obrigações", maçonaria, Centros de Tradição Gaúcha, Igrejas, estruturas verticais de poder e outras sentinelas da tradição, convivendo com práticas políticas renovadas e horizontais de novíssimos atores sociais, como o sindicalismo de várias tendências, associativismos de todos os formatos e matizes, Novos Movimentos Sociais<sup>13</sup> e Organizações não-Governamentais. A par dos mais desconfortáveis índices de analfabetismo, notáveis avanços no Ensino Superior.

Enfim, os contrastes são muitos e a tendência é fatalmente o contraponto específico desta análise: para uma sociedade civil difusa, gelatinosa, sociedade política hiperdimensionada, esfera pública muito bem identificada com o lado visível do aparelho burocrático-repressivo do Estado.

---

<sup>13</sup> Categoria sociológica que caracteriza novos sujeitos sociais constituídos, segundo Scherer-Warren (1984), a partir de uma forma de ação grupal transformadora (a práxis) voltada para a realização dos mesmos objetivos (o projeto), sob a orientação mais ou menos consciente de princípios valorativos comuns (a ideologia) e sob uma organização diretiva mais ou menos definida (a organização e sua direção). O termo movimentos sociais apareceu na Sociologia acadêmica por volta de 1840, com Lorenz Von Stein, ganhou status como área de estudo a partir de 1940, especialmente com Touraine e, a partir da década de 50, incorporando de forma crescente as contribuições do marxismo, em especial no que se refere às suas capacidades de transformação do social, tornou-se uma categoria definitiva e usual.

## **2.2. Comunicação social e comunicação de massa: sobre meios e mediações**

Um segundo enfoque essencial para as aproximações a que nos propomos passa pela definição de funções, papéis, abrangência e alcance teórico-prático da comunicação no mundo contemporâneo. Metodologicamente, escolhemos chegar aos hodiernos conceitos de massa e comunicação de massa a partir de antecedentes teóricos tais como povo, popular, mais tarde classe social, proletariado. Neste debate mais amplo estão inseridas as relações dos sujeitos comunicantes e os meios de comunicação. Importante, no entanto, para nós é verificar nessa espécie de cadeia evolutiva, que começa nos inícios da modernidade, entre outras conclusões, as possibilidades e os limites das classes subalternas enquanto sujeitos de comunicação, assim entendidas a capacidade de emitir, receber, criticar, devolver conteúdos da comunicação, usando os meios adequados, em benefício de projetos e lutas por hegemonia ou poder político.

### **2.2.1 Um ponto de partida: a Ilustração e o povo na política**

Já no Século XVI se notam as primeiras preocupações no sentido de compreender o popular na cultura, quando se começa, então, pelo entendimento da presença do povo na

política. Embora com intrínseca dubiedade, Maquiavel não deixa de registrar que, *"embora ignorante, o povo sabe distinguir a verdade"*, ao mesmo tempo em que vê no povo um perigo permanente contra as instituições, já que a desordem civil emana dele.

*"A noção política do povo como instância legitimante do governo civil, como gerador da nova soberania, corresponde no âmbito da cultura uma idéia radicalmente negativa do popular, que sintetiza para os ilustrados tudo o que estes quiseram ver superado, tudo o que vem varrer a razão: superstição, ignorância e desordem. Contradição que tem sua fonte na ambigüidade que a figura do povo tem em sua acepção política". (BARBERO, 1997:24).*

Para os intelectuais da Ilustração, politicamente o povo é o fundamento da sociedade, assim também do Estado moderno, enquanto expressão da vontade geral. Ao mesmo tempo, o povo serve como legitimador do poder burguês. Porém, enquanto economia, o povo não é tão visto como gerador de riqueza, quanto como objeto de filantropia. Há, portanto, de um lado um movimento de inclusão, e de outro exclusão. No que se refere à cultura, é esse o momento em que nascem os conceitos separados de erudito e de popular.



### **2.2.2. O Século das Revoluções mexe com os conceitos de povo**

Estas teorias a respeito do povo, da cultura popular vão permanecer até o Século XIX, não sem antes conviver e ganhar asas nos devaneios do Romantismo, que lhes emprestou imagens ufanistas de ator revolucionário principal, de coletividade de força e de berço dos heróis. No bojo e no contexto da Revolução Industrial, as concepções de povo passam por um movimento de revisão completa. Para a burguesia capitalista o povo vira massa, para as esquerdas revolucionárias evolui para classe social.

No que se refere especificamente à emergência do pensamento de esquerda, duas versões diferenciadas, a dos anarquistas e a dos marxistas. Aqueles se ligam mais ao Romantismo e mantêm a idéia de povo por não acreditarem que classe social oprimida pudesse conter tanto sentido e amplitude. Já os marxistas, mais próximos do racionalismo da Ilustração, consideram ambíguas as acepções de povo e duvidosos os seus significados, razão pela qual substituem-no pela categoria proletariado, classe social revolucionária, motor da História.

Os anarquistas interessam-se pela memória do povo, das lutas populares, enquanto instrumental para um resgate da cultura popular, o que vai dar numa visão específica de arte

e de tecnologia, por exemplo, como somatório da experiência e da vida do povo, fator, por sua vez, de luta contra os preconceitos burgueses contra as expressões da cultura da população comum. Um filme, Tempos Modernos, de Chaplin, retrata bem a visão anarquista do povo revalorizado. Ali, ele é apresentado como

*"proletário 'pré-político', homem com fome, torpe, golpeado continuamente pela política, e contudo dotado de uma capacidade de significar, de uma força representativa imensa, tanta que 'sua anarquia, discutível politicamente, talvez represente em arte a forma mais eficaz de Revolução". (BARBERO, 1997:36).*

O marxismo ortodoxo, por sua vez, recusa a interpretação anarquista, introduzindo um novo ponto de vista na análise da identidade popular. A partir das inovações técnicas no sistema produtivo introduzidas pelo capitalismo, constitui-se agora uma relação diferente e antagônica entre o mundo do trabalho e o mundo do capital. Trabalhadores versus proprietários dos meios de produção. O conceito de povo dilui-se no de proletário, aquele que de seu somente dispõe da força de trabalho, e todas as formas de luta e de cultura subsumem-se numa única, aquela que se define a partir das relações de produção.

Para BARBERO, 1997:39, a sonegação marxista do conceito de "povo-popular" impõe aspectos restritivos, do ponto de vista do que seria politizável ou não. A negação do povo pelo marxismo ortodoxo produz duas lacunas explícitas: o popular não-representado e o reprimido.

*"Popular não-representado é 'o conjunto de atores, espaços e conflitos que são aceitos socialmente mas que não são interpelados pelos partidos políticos de esquerda'. Surgem assim atores como a mulher, o jovem, os aposentados, os inválidos enquanto portadores de reivindicações específicas; espaços como a casa, as relações familiares, o seguro social, o hospital. (...) e um outro tipo (...) constituído pelas tradições culturais: práticas simbólicas da religiosidade popular, formas de conhecimento oriundas da sua experiência, como a medicina, a cosmovisão mágica (...) todo o campo das práticas festivas, as romarias, as lendas e, por último, o mundo das culturas indígenas". (BARBERO, 1997:39).*

Já o popular reprimido se definiria como

*"o conjunto de atores, espaços e conflitos que têm sido condenados a subsistir às margens do social, sujeitos a uma condenação ética e política. Atores como as prostitutas, os homossexuais, os alcoólatras, os drogados, os delinquentes; espaços como os reformatórios, os prostíbulos, os cárceres, os lugares*

*de espetáculos noturnos". (BARBERO, 1997:39).*

### **2.2.3. Para longe dos perigos do povo e de classe: a sociedade de massa**

Para o autor citado, não são apenas as novidades tecnológicas juntadas pela Revolução Industrial que produziram o extraordinário quadro de transformações nas relações de produção no mundo ocidental, a causa suficiente para a fixação dos conceitos de sociedade e cultura de massa. Nem tampouco a datação entre os anos 30 e 40 deste século, como fazem os manuais de comunicação, é suficientemente verdadeira. Muito mais do que a matriz tecnológica do conceito de massa, é preciso cuidar de sua origem social, que tem pelo menos um século de germinação, a partir de 1835, quando começa a se estabelecer uma espécie de consciência do papel das multidões na sociedade.

Ou dizendo de outra forma, desde princípios do Século XIX, a burguesia capitalista pressentia, embora não esperasse tão longe fossem, os perigos que representavam as "turbas ignorantes", especialmente diante das falácias do prometido mundo do progresso capitalista.

*"Em meados do Século XIX a utopia progressista já se havia convertido*

em uma ideologia. Era uma interpretação do mundo em evidente contradição com o estado real da sociedade. E então, junto aos novos modos de controle dos movimentos populares se porá em marcha um movimento intelectual que a partir da direita política trata de compreender, de dotar de sentido o que está acontecendo. A teoria sobre as novas relações de massa com a sociedade se constituirá em um dos pivôs fundamentais da racionalização com que se recompõe a hegemonia e se readequa o papel de uma burguesia que, de revolucionária passa nesse momento a frear qualquer revolução". (BARBERO, 1997:44).

Então, "descobrimo" a função política da multidão pretenderam descobrir as massas e inventaram a democracia de massa, ou a prevalência da vontade da maioria como valor fundamental, em detrimento da vontade e da liberdade individuais, corolários do liberalismo. Uma contradição indecifrável.

"De um lado a igualdade civil pareceria possibilitar uma sociedade mais orgânica, mas ao romper-se o tecido das relações mais hierarquizadas o que se produz é uma **desagregação** só compensada pela **uniformização**. Massa é então a 'mediocridade coletiva' que domina cultural e politicamente, 'pois os governos se convertem em órgãos das tendências e dos instintos das massas". (BARBERO, 1997:47).

O perigo da contaminação das massas difusas e informes com as ideologias dos socialistas utópicos, diante dos acontecimentos que sucederam os movimentos revolucionários do Século XIX, em especial a Comuna de Paris, acionaram a reação conservadora. O próprio conceito de massa passou a ser reconstruído como um retorno ao passado, ou às superstições ancestrais. Movimentos de massas são rotulados de irracionais e recaídas a estágios primitivos de socialização. Progrediram especialmente conceitos que ligam os fenômenos de massas a manifestações do inconsciente humano, a ações reprimidas que, no limite, levaram ao nascimento de conceitos como "memória biológica da raça", tão caros ao nazi-fascismo, por exemplo.

#### **2.2.4. O nascimento da cultura de massa**

Justamente a derrocada do nazi-fascismo e a emergência sócio-econômico-política do protagonista fundamental desta virada histórica, os Estados Unidos da América, vão corroborar de maneira decisiva para a identificação geral da cultura de um determinado povo, no caso o estadunidense, em face de um acontecimento histórico específico, no caso a epopéia da vitória sobre as forças anti-democráticas do nazi-fascismo, com a cultura produzida por meios massivos.

Mas para contextualizar melhor a emergência da cultura dita "americana", recuemos um pouco o processo para finais da

Primeira Guerra Mundial. Uma nova revolução burguesa está ali em curso, a revolução do consumo. Uma nova sociedade está se gestando, a sociedade de consumo.

A transformação radical que ali se está produzindo não é no âmbito da produção, como a que levou à superação do conceito de povo pelo de classe social, e nem tampouco no campo da política, que levou à superação dos privilégios individuais da velha ordem burguesa pelo conceito de democracia como uma espécie de "ditadura da maioria". O que acontece é uma segunda etapa da grande Revolução Industrial, não em termos de reestruturação da base produtiva ou incorporação de novas tecnologias, mas a transformação pelos ideais de consumo. Os mediadores da nova cultura não são nem o povo inculto, nem o proletariado em marcha, tampouco uma burguesia assustada com os movimentos sociais. Os novos protagonistas da ideologia do consumismo são dos meios de comunicação de massa.

*"Nem a família, nem a escola - velhos redutos da ideologia - são já o espaço da socialização, 'os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade', que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma 'metamorfose dos aspectos morais mais profundos". (BARBERO, 1997:58).*

### **2.2.5. Escola de Frankfurt e o conceito de indústria cultural**

O ponto de partida da crítica oferecida pelos frankfurtianos à teoria da cultura de massas está na investida sobre o processo de industrialização-mercantilização da vida social. Massa para eles será, então, *"o efeito dos processos de legitimação e lugar de manifestação da cultura em que a lógica da mercadoria se realiza"* (BARBERO, 1997:63). Historicamente, o conceito de indústria cultural nasce em 1947, com Horkheimer e Adorno, e se coloca tanto no contexto da cultura de massas norte-americana, quanto dos avanços do nazismo alemão. Daí a síntese que propõem: totalitarismo político e massificação cultural como duas faces da mesma moeda. Um pensamento radical, num momento histórico radical.

Os pressupostos básicos da teoria crítica são três: 1) a unidade de sistema, ou seja, a existência de um sistema que regula a produção de bens culturais, analogamente à produção de bens materiais. Exemplos são a produção cultural em série e a produção, ao mesmo tempo, das coisas e da necessidade das coisas. Duas conseqüências: submissão da produção a esquemas prévios e atrofiamento da capacidade crítica do receptor; 2) degradação da cultura em indústria da diversão, principalmente pela produção cultural



em série, com as características acima descritas, imitando a mecânica da produção material em série e feita para minimizar o sofrimento desta forma de produzir e a tragicidade da exploração; 3) a dessublimação da arte, pela banalização da vida cotidiana e pela sua dessacralização por força da submissão à lógica do mercado.

O pensamento frankfurtiano é pessimista e aponta para finais dramáticos como a alienação e o silêncio político das massas. O seu contraponto está no pensamento norte-americano que acredita na onipotência dos meios de comunicação como instrumentos da democratização da informação. O debate atual parece andar nesse meio. No bojo da crise econômica dos anos 60, cujos efeitos ainda por muitos anos se farão sentir, uma outra crise, a política, se instaurou, esta particularmente identificada com a crise dos valores da cultura. Esse clima de crise paradigmática inclui o papel político das massas, a cultura, a comunicação e os meios massivos, a cultura popular. Algumas releituras estão em curso.

#### **2.2.6. Novas leituras de Gramsci, hegemonia e cultura popular**

*"O caminho que levou as ciências sociais críticas a interessarem-se pela cultura, e particularmente pela cultura popular, passa em boa parte*

*por Gramsci. Das releituras, às quais os anos 60 foram tão dados, houve poucas tão justamente reclamadas pelo momento que se estava vivendo, e tão decisivas, como a de Gramsci. (...) Aqui nos interessa assinalar unicamente o papel jogado pelo pensamento de Gramsci no desbloqueamento, a partir do marxismo, da questão cultural e da dimensão de classe na cultura popular". (BARBERO, 1997:104).*

O conceito fundamental de Gramsci, que possibilita o entendimento do fenômeno da dominação social, é o de hegemonia. O que há de novo na releitura atual desse conceito é que a dominação não se estabelece *"a partir de um exterior e sem sujeitos"*. Certo que uma classe hegemoniza a sociedade inteira, mas de uma forma que os subalternos podem reconhecer como sua também. Hegemonia não existe por si própria, se constrói e se vivencia, não apenas à força de imposições sem possibilidade de retoque, mas também pela apropriação de sentidos e significados entre os sujeitos, numa espécie de elo de cumplicidades. *"Nem tudo o que pensam e fazem os sujeitos da hegemonia serve à reprodução do sistema"*. Estas novas interpretações dão margem, não apenas a *"uma desfuncionalização da ideologia"*, como também a uma *"reavaliação da espessura do cultural"*.

Especificamente sobre o papel da cultura popular nas lutas por hegemonia, Saviani, valendo-se de Gramsci

certamente a liga à subalternidade, quando a qualifica como "*fragmentária, incoerente, desarticulada, implícita, degradada, mecânica, passiva e simplista*" (1986, p. 10). A tarefa do educador, do intelectual ou da pessoa interessada na transformação social, ou na elevação da cultura geral das massas, é exatamente propor e auxiliar, nos limites de sua abrangência e competência, a transposição, pelo "*conjunto das classes subalternas e instrumentais de toda forma de sociedade até agora existente*", que é o povo, do estágio acima descrito para um patamar de consciência e "*concepção unitária, coerente, articulada, explícita, original, intencional, ativa e cultivada*" (GRAMSCI, 1977 apud SAVIANI, 1986).

Então, pensar numa capacidade de resistência das classes populares, via cultura popular, a ponto de constituí-la num valor revolucionário, é um certo exagero de otimismo. Se, de um lado, parece inútil pensar nas classes subalternas como seres passivos e inertes diante da injustiça e da exploração de classe, alimentadas e legitimadas pela ideologia inoculada permanentemente pelos meios de comunicação de massa, por exemplo, de outro lado, parece também demasiado confiar numa capacidade extrema das classes subalternas de, por meios próprios, proverem e promoverem a "impugnação" desses valores e meios.

Em suma, se algo nos ensinou Gramsci sobre a cultura popular a serviço das classes subalternas, partindo do marxismo, de onde partiram também os frankfurtianos, está em que

*"nem toda a assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é resistência, e que nem tudo o que vem de cima são valores da classe dominante, pois há coisas que vindo de lá respondem a outras lógicas que não são as da dominação". (BARBERO, 1997:107).*

#### **2.2.7. Mediação de massa na América Latina**

Até aqui nos preocupamos com apontar alguns conceitos que entendemos basilares para um debate em torno da cultura de massa e suas repercussões. De propósito, para chegar até aí, adotamos como método uma viagem histórica e evolutiva, que vai dos primórdios da modernidade, com as percepções primeiras de Maquiavel a respeito do peso específico do povo na política, até os debates mais atuais sobre o papel das multidões, seja como classe investida de consciência de si e/ou para si, seja simplesmente massa, não apenas no político, mas no cultural, com suas correlações amplas e íntimas.

Para encerrar estes aportes teóricos, pretende-se a seguir fazer algumas anotações sobre a América Latina como espaço de mediação de massa. Não no sentido de aprofundamento, apenas no de juntada de impressões sobre como se constituíram no nosso subcontinente a noção, a consciência e as práticas de participação popular na política e na cultura.

A questão inicial deste debate é a forma peculiar como se constituíram, no sentido moderno, as nações latino-americanas, e como elas foram introduzidas na lógica do mercado internacional, a partir, primeiro, da formação de mercados nacionais. Deste ponto de vista, segundo Barbero, 1997, três variáveis devem ser verificadas: 1) o descompasso na formação dos Estados-Nações; 2) a forma característica com que as classes populares se incorporaram ao sistema político e 3) o papel político e não apenas ideológico dos meios de comunicação na nacionalização das camadas populares.

No que se refere às duas primeiras questões, o descompasso Estado-Nação e a peculiar forma de incorporação das classes populares à política, é preciso fazer-se uma pequena síntese histórica.

"A partir dos anos 20, a maioria dos países latino-americanos inicia um processo de reorganização de suas

economias e de reajuste de suas estruturas políticas" (Barbero, 1997:215), como forma de introduzi-las na comunidade das nações modernas. As bandeiras de luta serão, na economia, a industrialização, a substituição de importações, a fundação de um mercado interno, o aumento do emprego de mão-de-obra. Na política, no entanto, o que sucede é a reinvenção do Estado interventor e centralizado. Modernização da sociedade civil, novos projetos nacionais, a que correspondem novas culturas nacionais, ingresso de novos atores na cena política, quebra da sociedade tradicional, constituição das massas urbanas, por um lado, enrijecimento do Estado e incorporação das massas à nação em forma de populismo, por outro.

*"Se os anos 30 foram decisivos para a América Latina, não o foram somente devido aos processos de industrialização e modernização das estruturas econômicas, mas também, ou mesmo mais, no campo político, devido à irrupção das massas nas cidades. No momento em que as cidades se enchem de uma massa de pessoas acumulada pelo êxodo rural, com o crescimento demográfico, uma crise de hegemonia provocada pela inexistência de uma classe que como tal assumisse a direção da sociedade levará muitos Estados a buscar nas massas populares sua legitimidade nacional. A manutenção do poder era impossível sem atender de algum modo as reivindicações das massas urbanas. O populismo será então a forma de um Estado que diz fundar sua*

*legitimidade na ascensão das aspirações populares e que, mais do que uma estratégia a partir do poder, resulta como uma organização do poder que dá forma ao compromisso entre massas e Estado. A ambigüidade desse compromisso vem tanto do vazio de poder que deve ser preenchido pelo Estado - com o autoritarismo paternalista assim produzido -, quanto do reformismo político representado pelas massas". (BARBERO, 1997:221).*

O populismo foi a estratégia política reinante na América Latina da década de 30 até os anos 60. No caso específico do Brasil, é Getúlio Vargas e o Estado Novo que se encarregarão de conduzir um pacto político entre massas e Estado, acerto em que este último,

*"erigido em árbitro dos interesses antagônicos das classes, arroga-se entretanto a representação das aspirações das massas populares, em cujo nome exercerá a ditadura, ou seja, a manipulação direta das massas e dos assuntos econômicos. Só em 1945 as tendências democratizadoras conseguem introduzir intermediários entre o Estado e as massas". (BARBERO, 1997:225).*

Em suma, se estamos assistindo ao nascimento do fenômeno das massas, no Brasil, partir dos anos 20 e 30, configuradas na explosão urbana via êxodo rural, diferenciação cidade-campo, movimentos migratórios, constituição do mercado interno, a inserção no político se dá por duas vias: como

classe, corporificada no nascimento do sindicalismo, nas reivindicações trabalhistas, é a forma minoritária. A grande expressão política das massas está na sua inserção num projeto popular-nacional, expresso no populismo varguista que sobreviverá em herdeiros vários até a década de 60.

E o que dizer sobre o papel e do funcionamento dos meios de comunicação de massa, nesse cenário e período?

Primeiro de tudo, construir uma abordagem da história compatível com o projeto nacional-popular em curso, o que exige também a elaboração de um discurso de massa apropriado, cujas características fundamentais são o estudo do projeto econômico reinante e a veiculação dos seus conteúdos ideológicos.

Do ponto de vista estrutural, é possível dizer-se que entre os anos 30 e meados da década de 60, os meios de comunicação massiva evoluíram desde a necessidade primordial de reconhecerem-se e serem reconhecidos pela população, marcarem a sua identidade, tarefa que vai até os anos 50. O discurso e o *modus operandi* será muito mais aquele do "serviço social" e da utilidade pública. De meados dos 50 aos anos 60, o que se vê é uma reorientação do papel dos meios de comunicação de massa, agora a serviço do projeto desenvolvimentista. Continuam se identificando com o ideal do serviço social, mas agora muito mais comprometidos com uma tarefa de direção da sociedade, ideológica e hegemônica,



portanto. Isto é: o discurso de massa agora traz a nítida vocação de "fazer os pobres sonharem o mesmo sonho que os ricos" .

*"Como diria Galeano, 'o sistema fala uma linguagem surrealista', não só quando converte a riqueza da terra em pobreza do homem, mas também quando transforma as carências e as aspirações mais básicas do homem em desejo consumista. A lógica dessa transformação só se fará visível alguns anos mais tarde, quando a crise econômica do anos 80 desvelar a nova crise de hegemonia sofrida pelo capitalismo, agora em escala mundial, e à qual só se pode fazer frente transnacionalizando o modelo e as decisões de produção e homogeneizando, ou pelo menos simulando a homogeneização das culturas. O massivo, então, ver-se-á atravessado por novas tensões nacionais que remetem o seu alcance e o seu sentido às diversas representações nacionais do popular, à multiplicidade das matrizes culturais e aos novos conflitos e resistências que a transnacionalização mobiliza". (BARBERO, 1997:231).*

### **2.3. Ainda sobre o papel dos meios de comunicação de massa**

Para Daniel Herz, citado por DE MARCO (1991:5), o caráter de classe dos chamados meios de comunicação de massa é evidente, uma vez que utilizados "como propriedade e

*instrumentos de classes determinadas, (...) esse caráter se manifesta sobretudo no fato de que a classe que possui os meios de produção da comunicação determina também o conteúdo ideológico".*

E busca em Marx substância para a sua afirmação:

*"As idéias da classe dominante são, em cada época, as idéias dominantes. Isto é, a classe que é força material dominante na sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual dominante. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material dispõe, ao mesmo tempo, dos meios de produção espiritual, o que faz com que a ela sejam submetidas, ao mesmo tempo e em média, as idéias daqueles aos quais faltam os meios de produção espiritual".*

Na época em que Marx e Engels produziram esta formulação, meados do Séc. XIX, o veículo privilegiado para a produção e distribuição das mensagens era a imprensa que, evidentemente, sempre foi muito mais elitista, no sentido de que atingia um público mais seletivo porque alfabetizado. Nem por isso deixou de merecer a constatação de plantadora de ideologia. Nasceu sob o influxo direto da indústria e do comércio, de tal forma que o conteúdo das matérias era também muito mais vinculado às necessidades do mercado do que hoje, no sentido de que os jornais faziam

mais apelo ao público para as questões diretamente ligadas à promoção e propaganda de produtos de consumo.

GENRO (1987), corrobora suficientemente para os termos desta análise a visão classista que informou, desde o início, o aparecimento e a consagração da imprensa escrita enquanto meio de comunicação de massa:

*"o jornalismo, que é o filho mais legítimo desse casamento entre o novo tecido universal das relações sociais produzido pelo advento do capitalismo e os meios industriais de difundir informações, isto é o produto mais típico desse consórcio histórico, não é reconhecido na sua relativa autonomia e indiscutível grandeza. De um lado, ele é visto apenas como instrumento particular da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de transmissão dos aparelhos ideológicos do Estado, como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade". (GENRO, 1987:5).*

Há que se anotar, também, por pertinente e atual, a visão liberal da imprensa que, de propósito, desvincula o caráter classista da comunicação, atribuindo-lhe

*"visões meramente descritivas ou mesmo apologéticas - tipicamente funcionalistas -, em geral suavemente coloridas com as tintas do liberalismo: a atividade jornalística*

*como crítica responsável baseada na simples divulgação objetiva dos fatos, uma função social voltada para o aperfeiçoamento das instituições democráticas. Na linguagem mais direta do mestre Durkheim, uma atividade voltada para a denúncia e correção das patologias sociais, portanto, para a coesão e reprodução do estado normal da sociedade, ou seja, do capitalismo. (GENRO, 1987:37).*

Embora referentes somente à função da imprensa escrita, parecem-nos bastante pertinentes a todo o sistema de comunicação de massa, inclusive à mídia eletrônica, estas considerações. Observe-se desde já que os chamados jornais falados do rádio levam para aquele veículo praticamente os mesmos formatos, conteúdos e funções de um jornal escrito.

Os veículos de comunicação de massa, a que se atribuiu genericamente a designação de mídia eletrônica, para indicar tanto o caráter de mediação quanto o tipo de tecnologia empregada, são realidades deste século, o rádio a partir da década de 20 e a televisão, dos anos 50. Num certo sentido, tanto quanto implementaram formas mais acessíveis de compreensão (linguagens), tiraram as massas iletradas do isolamento, à medida que, em vista de sua capacidade técnica imensa de produção, reprodução e veiculação de mensagens, instantaneamente passaram a dispor de som e imagem a milhares de pessoas, a milhares de quilômetros, ao mesmo

tempo, no mundo todo. Nessa medida, é até aceitável que houve um substancial processo de democratização da informação e que os meios de comunicação de massa são meios democráticos, na razão mesma em que atingem muito mais gente a um custo muito menor.

É portanto, indiscutível a influência dos meios de comunicação de massa sobre as pessoas. Praticamente está em todo o lugar, abrange tudo e fica no ar o tempo todo em que o indivíduo está acordado. A própria democratização do acesso é, no entanto, a razão do temor pelo conteúdo veiculado, como visto.

Nesse sentido, a questão que resta e sobre a qual precisamos talvez insistir é a do controle dos meios de comunicação, enquanto o poder real sobre o que vai ao ar, quando e como, diz respeito diretamente a determinados interesses, que são interesses de classe, embora continuemos a concordar que nem tudo o que vem da classe dominante é intrinsecamente ideologia, ou propósito hegemônico.

#### **2.3.1. A questão do controle dos meios de comunicação de massa no Brasil**

Paralelamente à implantação e desenvolvimento do sistema brasileiro de comunicação, um outro aparato vai sendo montado, o do efetivo controle dos meios de produção e

veiculação de mensagens por meios massivos. E aí, mais uma vez se estabelece um sólido e hegemônico consórcio direto Estado-capital.

A influência de ambos no controle dos meios de comunicação se manifesta antes de tudo pelo estabelecimento pelo Estado da legislação específica de concessão de licenças (Lei de Imprensa, de 1967, Código Nacional de Telecomunicações, de 1962) e de organismos de controle (exemplo do Ministério das Comunicações - 1967) e da legislação de repressão (Atos Institucionais que atribuíram direitos de intervenção do Estado) e, no caso da iniciativa privada, pela participação direta na economia por empresas nacionais e estrangeiras na publicidade, na instalação de redes de televisão, embora haja casos em que o empresário é o próprio Estado, como no que tange ao sistema brasileiro de rádio, controlado desde o início pela Radiobrás (Lei nº 6301/75), criada para promover a melhor utilização de empresas de transmissão operados pelo governo.

Por outro lado, o Estado brasileiro transformou-se também no maior anunciante individual nos veículos de comunicação, o que nos demonstra que o seu papel nunca restringiu-se apenas ao de estimulador da iniciativa privada. Ou por outra: tanto os interesses econômicos como as razões políticas de Estado têm sido os grandes motivadores do desenvolvimento dos meios

de comunicação de massa entre nós, fato que se estende até mesmo à questão da seleção e tratamento dos conteúdos veiculados, fato que certamente não passa despercebido por nenhum proprietário de veículo de comunicação, nem mesmo na Região Serrana de Santa Catarina.

Assim, a censura tem representado uma constante na ação do Estado e da sociedade sobre os meios de comunicação, enquanto intervenção direta do poder constituído, na forma de censura prévia, e enquanto auto-censura exercida pelas empresas. Em ambos os casos, as motivações são de caráter ideológico e os instrumentos são os de pressão econômica, esta mais utilizada em relação a empresas proprietárias de meios de comunicação.

É claro que tais expedientes são mais característicos dos períodos de exceção, ou dos períodos em que a esfera repressiva do Estado está em evidência, diga-se de passagem, grande parte da história política recente do país, mas funcionam igualmente em períodos de distensão e de "normalidade" democráticas, normalidade, como já anteriormente especificado, sempre relativa e submissa a valores como estabilidade econômica e política, governabilidade e ao funcionamento geral da base econômica da sociedade, leiam-se dos interesses dominantes.

Segundo depoimento de Alberto Dines (1986), apesar da censura oficial, formal e regimental ter acabado, outras formas, mais sutis, persistem. As mais usuais são aquelas referentes aos conteúdos informados. Porém, há também o controle do fluxo da informação. Entre os novos tipos de censura, Dines caracteriza: a manipulação, a "perda da capacidade do estabelecimento de diferenças, quando a imprensa trabalha à base de generalizações" e, finalmente, a omissão, uma forma de auto-censura, que às vezes funciona como extensão da própria censura. Esta última, talvez, a mais operativa das maneiras de censurar, quando conscientemente não se dá visibilidade a determinados fatos ou atores sociais.

*"Há que se considerar, contudo, que nem o Estado e muito menos a classe dominante são entes monolíticos. No interior de cada um e nas suas inter-relações há conflitos, divergências e competições que se refletem, também, nos meios de comunicação de massa. Muitas vezes, esses aspectos ganham conotações muito mais gerais do que os fatos que na realidade expressam (por exemplo, certas posições contrárias ao governo, ao próprio Estado ou a grupos políticos e econômicos por um determinado veículo da mídia ou parcela da mídia), acabando por confundir não só o público consumidor da mensagem como os próprios analistas". (DE MARCO, 1991:8).*



Os limites teóricos que traçamos deverão servir a dois propósitos principais: o de qualificação da Rádio Clube de Lages como um intelectual coletivo dentro de um grande grupo social, a população da Região Serrana de Santa Catarina, com a qual mantém historicamente um determinado nível de organicidade, e, também, na mesma relação noutro campo, a sua identificação com as funções de intelectual administrador de contradições a serviço da reprodução de uma certa forma de hegemonia.

# **CAPÍTULO III**

**BREVE NOTA SOBRE A RADIODIFUSÃO NO MUNDO E NO  
BRASIL**

### **CAPÍTULO III**

#### **BREVE NOTA SOBRE A RADIODIFUSÃO NO MUNDO E NO BRASIL**

No que diz respeito ao desenvolvimento tecnológico, provavelmente o rádio já alcançou, no final do Século XX, o seu limite. Não é o que acontece, porém, com o interesse social, ou as condições, o alcance e a abrangência das suas possibilidades como veículo de comunicação. Depois de um impacto inicial pela entrada em cena da televisão, na década de 50, o rádio ganha atualmente novas formas de organização, novo público. Isso é fruto de suas características mais apreciadas, exatamente a versatilidade e a adaptabilidade a novas situações e necessidades de comunicação criadas por novos públicos e pelo mercado. Nem mesmo os inventores do rádio enquanto instrumento tecnológico talvez imaginassem as suas potencialidades como meio de comunicação de fácil acesso a milhares e milhões de pessoas.

*"A forma atual é produto de uma drástica seleção darwiniana entre as mais variadas formas de utilização do meio, e desenvolveu-se através de*

*experiências e erros que fugiam a qualquer modelo precedente preestabelecido. Além do mais - fato que nada tem de secundário -, a forma atual do rádio desenvolveu-se após um vagaroso processo social de aprendizagem do uso do novo meio de comunicação, tanto por parte dos diretores das emissoras, quanto por parte do público ouvinte". (GIOVANINI, 1998:216)*

De Hertz e Marconi e as primeiras experiências de utilização das ondas eletromagnéticas para transmissão de sinais, ainda no final do Século de XIX, até hoje, o rádio, enquanto instrumento incorporou notáveis aperfeiçoamentos tecnológicos. Aliás, mesmo antes dos anos 30 já tinha adquirido as suas características essenciais, tendo daí em diante sido desenvolvidos basicamente aspectos de engenharia, ou seja, formas de reduzir tamanho, forma de manuseio e de redução de custos.

### **3.1. O rádio na América**

Se, por um lado, foram os europeus que desenvolveram o aparelho de rádio, por outro lado, foram os norte-americanos, já antes da I Guerra Mundial, que pressentiram as suas virtudes militares, estratégicas e econômicas. Apesar da primeira multinacional das comunicações ter nascido na Inglaterra (*Marconi Company*), foram a I Guerra Mundial e os

Estados Unidos que, por via e força do conflito, provocaram investimentos maciços no desenvolvimento das possibilidades bélicas do novo sistema de transmissão. Tanto é verdade que a própria marinha americana por intervenção direta colocou fim à guerra de patentes entre as indústrias dos Estados Unidos, a fim de desentravar a produção de aparelhos emissores, receptores e aplicativos.

O conflito mundial fez parar momentaneamente a concorrência entre as empresas do setor de comunicações, que reacendeu logo após a guerra, de que os Estados Unidos foram os grandes vencedores e de onde emergiram como grande potência mundial, com uma economia alimentada pela explosão do consumo, este por sua vez, insuflado pelos meios de comunicação massiva, como já visto anteriormente. Está aí definida

*"a base na qual se insere, exatamente nos anos que se seguem ao primeiro conflito mundial, o fenômeno social e culturalmente mais macroscópico com relação ao rádio: a sua utilização como meio de comunicação de massa. (...) É nesse período, então, que o rádio parte em busca de uma identidade própria. Não existe um caminho preciso a percorrer nem uma direção conhecida; contudo, é certo que os milhares de aparelhos receptores, que se difundem num ritmo inacreditável, constituem a base de um mercado muito interessante" (GIOVANINI, 1998:222).*

Desde o princípio, empresários norte-americanos intuíram a importância do rádio como veículo de comunicação de massa. Não tardou que descobrissem sua utilidade e como tornar as emissoras de rádio lucrativas. Nesse particular a evolução também foi rápida. Já em 1922, em Nova York, foram vendidos terrenos mediante veiculação de propaganda de rádio e pagamento de comissões. *"A partir daí, de fato, o objetivo do rádio comercial é fundamentalmente conquistar o maior público possível (o índice máximo de audiência) e vender aos anunciantes publicitários a atenção e o tempo que o público dedica às transmissões radiofônicas"*.

Depois disso, aos poucos as demais condições de funcionamento pleno do rádio foram aparecendo uma a uma durante a década de 20 mesmo. Entre tais condições, a multiplicação dos aparelhos de recepção, no embalo da formidável explosão de consumo dos anos dourados da economia norte-americana, as regulamentações sobre o uso das frequências para delimitar os espaços e evitar interferências face à acelerada expansão do número de emissoras e, por fim, o aperfeiçoamento das relações entre emissoras de rádio, agências de publicidade e patrocinadores, a fim de garantir dinheiro para manter as programações permanentemente no ar. Este último elemento, em especial a parte que tange ao patrocínio da programação, levou à montagem de redes de cada vez maior alcance, até tornarem-se redes nacionais. O caminho

de conquista de identidade e de espaço nos negócios, percorrido pelas estações de rádio dos Estados Unidos, logo se transformou no modelo para os sistemas de radiofonia no mundo inteiro. A única diferença está no controle do sistema, que nos Estados Unidos é privado, comercial e concorrencial, enquanto que na Europa, por exemplo, será de início público e monopolista.

Assim que o rádio evoluiu do interesse militar-estratégico, na I Guerra Mundial, para instrumento de marketing e vendas, nos anos subseqüentes, a pergunta que resta é: além de mensagens publicitárias, o que transmitiam as primeiras rádios do começo do século, ou seja, qual era a programação?

*"As primeiras emissões amadoras transmitiam simples canções, pequenos recitais e o som de discos fonográficos. O primeiro tipo de programação era totalmente aleatório quanto aos conteúdos e aos horários de transmissão, e entregue à iniciativa espontânea dos diversos tipos de administradores das emissoras". (GIOVANINI, 1998:225).*

O caráter da programação imprimido por influência direta da publicidade foi francamente o do divertimento. Nesse sentido, o que se observa é a orientação específica por uma ética do prazer, com a finalidade de estimular o consumo. A base da estimulação é a utilização da música popular, logo

seguida da transmissão de eventos ao vivo, programas de variedades, radionovelas, todos com a finalidade precípua de desatar nos ouvintes os aspectos emotivos.

Porém, não nos esqueçamos - e aqui vai o especial interesse da inclusão destas notas sobre a radiodifusão - que, tão rápido quanto a percepção das utilidades econômicas do sistema de radiodifusão, apresentaram-se as suas afinidades e inegáveis virtudes de poderoso aliado político, de gerador de consenso. Sem dúvida, "um formidável alto-falante do mundo político".

*"Especialmente depois dos anos 30, época da grande crise (na qual o rádio, junto com o cinema, assumiu um importante papel confortador e serviu como meio de fuga diante das misérias da realidade, enquanto, economicamente, também funcionava como um estímulo formidável para o consumo e, conseqüentemente, como instrumento essencial do renascimento econômico), o rádio conquistou uma posição central na vida das famílias norte-americanas, e na maneira como passam o tempo. A importância do rádio aumentou ainda mais durante a II Guerra Mundial, sendo ele um instrumento informativo fundamental, elementar e direto das frentes de batalha, até o advento da televisão, que modificará substancialmente o seu espaço e suas funções dentro do sistema de mídias". (GIOVANINI, 1998:226).*



Durante a II Guerra Mundial, o rádio transformou-se em arma política e ideológica, transmitindo os pontos de vista dos beligerantes. Após o conflito não cessou a função, e a ação política até se ampliou, agora direcionada para a propaganda dos dois blocos constituintes da guerra fria. Voz da América (EUA), e mais recentemente, Radio Europa Livre e Rádio Liberdade (Alemanha Ocidental) são os exemplos. Todas com destinatários certos, a Europa do leste e a URSS.

Na década de 50, quando o rádio parecia destinado ao museu, devido à avassaladora concorrência da televisão, que tomava conta das salas de estar e das cozinhas dos lares de todo o mundo, novamente uma conquista tecnológica o reabilitou: a invenção do transistor, que permitiu a miniaturização e a saída do rádio do recesso das casas para o exterior, da audiência familiar, para a audiência individual. Em razão disso, as programações mudam radicalmente, com a investida preferencial do rádio nos horários fracos da tv. Aos poucos vão saindo do ar a radionovela, os programas de pergunta-resposta, os programas ao vivo, os que exigem muita atenção e participação presencial, e entram com tudo a indústria fonográfica e a música popular.

Mais recentemente, já nas décadas de 60 e 70, apoiada em pesquisas e detecção de opinião, descortina-se uma nova estratégia, que é a exploração de públicos especiais,

extremamente segmentados, mas de gostos e interesses bastante articulados. Multiplicam-se as rádios locais, mas ao mesmo tempo, consagram-se as grandes redes nacionais.

*"Verificam-se ao mesmo tempo dois fenômenos apenas aparentemente contraditórios: de um lado, uma grande homogeneização do público no sentido de uma audiência distraída, baseada na música, e do outro uma maior segmentação dos usuários do rádio segundo os vários interesses culturais e profissionais, as tendências políticas, ideológicas, religiosas e as localidades geográficas. E graças a estas duas tendências, o rádio volta a ocupar um importante papel na vida das pessoas. (GIOVANINI, 1998:240).*

### **3.2 Radiofonia nos países em desenvolvimento**

Se, por um lado, no que se refere à qualidade e à quantidade do acesso, a imprensa e a televisão são bastante mais limitadas, aquela porque atende às elites portadoras de níveis mais altos de cultura, esta por que ainda pressupõe boas condições financeiras de acesso aos equipamentos, por outro lado, o rádio é o meio que atinge praticamente a todos os segmentos da população, pobres ou ricos, meio urbano ou rural.

Reservadas as diferenças de país a país, que são obviamente muitas,

"em todos os países em desenvolvimento o rádio, nascido das emissoras coloniais ou criado logo após a independência, é considerado, pelo menos nas declarações oficiais, um instrumento de emancipação do colonialismo, de construção de unidade e da cultura nacionais, de educação e de auxílio aos programas de modernização". (...) Na América Latina, área de influência norte-americana, especialmente nos países onde - como o Brasil e o México - a economia desenvolveu-se de maneira notável e concentrou-se nas mãos de algumas poucas grandes famílias, o rádio assumiu uma configuração comercial do tipo norte-americano, ainda que competitiva e tendencialmente monopolista (GIOVANINI, 1998:241).

### **3.3 O rádio no Brasil**

Segundo DE MARCO, 1991, é quase certo que o rádio no Brasil nasceu em 1923, com a fundação da Rádio Cidade do Rio de Janeiro, ainda que hajam registros que dão conta do funcionamento da Rádio Club de Pernambuco ainda em 1919.

Em 1925, nascia a publicidade comercial como forma de financiamento da atividade radiofônica no Brasil. A publicidade comercial, por sua vez, foi regulamentada no

país em 1931. O rádio deixa definitivamente o seu caráter experimental e se torna empresa.

"O rádio passa a desenvolver suas potencialidades econômicas, atuando como estimulador do mercado. O desenvolvimento do caráter capitalista da economia brasileira intensificou a integração da radiodifusão ao sistema produtivo. Com a publicidade ..., o rádio já estará cooptado pelos interesses econômicos 'como meio de ampliação do mercado interno de cuja mecânica participavam, como componentes básicos, a criação de novas necessidades e a transformação destas em desejos coletivos, ingredientes fundamentais na conjugação dos verbos vender e comprar". (DE MARCO, 1991:12 apud CANELA, 1980:7).

No Brasil, como nos Estados Unidos e, de resto, no mundo todo, o rádio foi logo capitalizado como aliado político de largo alcance. Getúlio Vargas, assim que assumiu o poder determinou que a exploração do serviço somente poderia acontecer por concessão do Poder Executivo, decisão que lançou as bases, *"do caráter eminentemente político da distribuição das concessões, beneficiando sempre políticos ou empresários bem relacionados com o poder central"* (DE MARCO, 1991), ainda hoje prevalecente no país.

Apesar das características comerciais e dos apelos à cooptação política que ensejou, é inegável, no entanto, a constatação de um forte influxo de idealismo nos inícios da

implantação do rádio no Brasil. O próprio Presidente da República, no ato de vinculação das concessões ao Executivo lembrava seu caráter eminentemente educativo. Caráter que estava nos sentimentos dos grandes pioneiros, como Roquete Pinto e na euforia dos primeiros homens de rádio, tanto que passaram a ser tratados como concorrentes de baixo calão pelos profissionais da imprensa, por exemplo.

Em parte, o entusiasmo que envolve o rádio enquanto instrumento privilegiado de comunicação de massas é extensão do sentimento que anima o próprio país que

*"...desde o final do Séc. XIX até o final da década de 30, passou por profundas transformações sociais e políticas, pois a Abolição da Escravidão e a Proclamação da República abriram caminho para um conjunto de idéias que tinham como objetivo levar o Brasil e ingressar na era do capitalismo urbano-industrial. Surge, então, uma série de projetos tentando civilizar e modernizar a sociedade brasileira, seja através da medicina (normatizando os corpos), da engenharia (reorganizando os espaços urbanos) e da educação (conformando e formando idéias)". (MACHADO, 1999:25).*

Este clima de ufania e idealismo percorreu os primeiros 30 anos do rádio brasileiro. Declina frente aos interesses comerciais das rádios-empresa, que importaram o modelo dos Estados Unidos. A era de ouro do rádio no Brasil foram os

anos 40 a 50, e o seu protótipo a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, estatal criada em 1936. A Rádio Nacional seguia o estilo norte-americano de *show business*. A linha da Rádio Nacional foi imitada em vários lugares do Brasil, respeitadas as limitações econômicas e as peculiaridades locais. Não é à toa que este período áureo da radiofonia começa e se esgota na época do desenvolvimentismo, conjunto de idéias e políticas que incluem a redemocratização dos regimes políticos totalitários e soerguimento econômico dos países envolvidos no segundo conflito mundial, inclusive o Brasil, como já dito, situado na órbita de influência dos Estados Unidos.

A partir de 1964, os meios de comunicação de massa no Brasil, e o rádio também, são inseridos no programa geral de geração e manutenção da ordem interna indispensável ao desenvolvimento econômico. A ideologia "segurança e desenvolvimento" passa a ser a expressão-chave. Sob o controle explícito do Estado "revolucionário", entre 1968 e 1973, impera o controle direto das programações, através da censura prévia e da auto-censura, além do controle direto e rígido das concessões de exploração.

*"Com o golpe de 1964, a radiodifusão brasileira passa a ser diretamente afetada porque, tanto o sistema político como a situação socioeconômica do país foram*

*drasticamente modificados. O regime militar autoritário estabeleceu um sistema político no qual os meios de comunicação de massa eram tidos como agentes de modernização e como instrumentos para a manutenção da paz social, da integração e da segurança nacional". (DE MARCO, 1991:24).*

### **3.4 Santa Catarina na era do rádio**

A experiência originária do sistema radiofônico catarinense foi em Blumenau, inicialmente como um simples sistema de alto-falantes, depois uma associação de radioamadores e, finalmente, em 1934, a fundação da Rádio Cultura.

Em 1940, surgiu a Rádio Difusora de Joinville, em 1941 o sistema de alto-falantes que dará origem à Clube de Lages, e, em 1943, a Rádio Guarujá de Florianópolis.

*"A exemplo do que já acontecia pelo país, o número de emissoras em Santa Catarina vai se multiplicando e o rádio expande-se rapidamente pelo interior do estado, impulsionado pelos interesses econômicos dominantes, principalmente pela atuação de grupos políticos, que já viam nesse veículo um poderoso aliado. Em 1945, são concedidas licenças para emissoras em Itajaí e Joaçaba e até o final da década vinte estações estarão operando oficialmente no Estado. Número que dobrará na década seguinte, quando*

*também já transmitem duas emissoras de grande alcance (em ondas curtas): a própria Guarujá, desde 1946 de propriedade da família Ramos, e a Rádio Diário da Manhã, da outra oligarquia política, os Konder-Bornhausen. Na década de 50 surge também a primeira rede de rádio, no Vale do Itajaí". (DE MARCO, 1991:49).*

É interessante notar que a oligarquia lageana montou a sua central de comunicação justamente na capital e não em Lages, como era de se esperar. No planalto serrano, a radiofonia se originará de um primitivo sistema de alto-falantes, montado numa esquina central da cidade, que evoluirá, em 1947, para a primeira rádio em OM da região, a Clube, criada em 1947 e instalada em definitivo no ano de 49. Em toda a região serrana de Santa Catarina, segundo DE MARCO (1991), em 1990 existiam 7 emissoras, 3 em OM e 4 em FM.

### **3.5 O futuro do rádio**

Se, por um lado, a flexibilidade e a maleabilidade do rádio diante do público, ou dos públicos, foram as características que permitiram a sua sobrevivência perante os demais meios de comunicação massiva até agora, por outro lado, a sua fatia de inserção no mercado dependerá naturalmente da apropriação de novos e sofisticados avanços tecnológicos. O seu futuro está ligado ao sistema globalizado



de comunicação, à evolução dos computadores e à própria televisão. A concorrência desses meios tende a se avantaçar.

*"Contudo a dimensão sonora emocional do rádio, a sua capacidade de fazer sentir ao usuário a universal presença humana (mesmo que só através da música de fundo) e de ajudar a vencer as novas solidões que ameaçam os indivíduos na sociedade da comunicação eletrônica, transformam-no num meio original, com espaço próprio e preciso que não pode ser preenchido por outras mídias". (GIOVANINI, 1998:244).*

Tendencialmente, parece ser a extrema fragmentação da concessão de licenças o futuro do rádio, enquanto meio de comunicação para públicos cada vez mais segmentados, portadores de necessidades e de vozes cada vez mais plurais e, no entanto, articuladas, no seio da sociedade moderna.

Não há dúvida de que a perspectiva desse meio de comunicação passa por estratégias de grandes grupos multinacionais do setor, combinadas com as exigências dos públicos e pelas respostas que os grupos sociais possam dar ao mercado. Como também não há dúvida que o convívio com os avanços tecnológicos das demais mídias e formas de comunicação, transformará a trajetória do rádio em um "grande processo de seleção social dos usos possíveis do meio, análogo àquele que determinou os atuais modelos radiofônicos" (GIOVANINI, 1998).

# **CAPÍTULO IV**

**“SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU”:  
A trajetória da Rádio Clube de Lages na região serrana  
catarinense**

## **CAPÍTULO IV**

### **"SE A CLUBE NÃO DEU, É PORQUE NÃO ACONTECEU": A trajetória da Rádio Clube de Lages na região serrana catarinense**

#### **4.1 A Voz da Cidade (1940-1946)**

O criador da Rádio Clube, Carlos Joffre do Amaral, era natural de Taubaté, São Paulo e estabeleceu-se em Lages no ano de 1939, a convite de dois empresários locais, José Bottini e Oswaldo Lenzi, com a finalidade de instalarem os três uma loja revendedora e serviço de consertos de receptores de rádio. Joffre já trabalhava como radiotécnico em São Paulo. A oficina original ficava nas proximidades da atual Agência Centro do Besc.

Já em 1940, é fundada a Voz da Cidade, serviço de alto-falantes que transmitia as últimas notícias, recados e músicas oferecidas por homens e mulheres que caminhavam habitualmente nos finais de tarde pelas calçadas da praça central. Normalmente, as transmissões iam das 19 às 21 horas.

Os alto-falantes estavam situados bem na esquina formada pelas atuais ruas Presidente Nereu Ramos, Correia Pinto e pelo Calçadão da Praça João Costa. O transmissor e os "estúdios" improvisados, em instalações cedidas pela antiga Cia.Telefônica, bem próximos dali, onde fica atualmente a entrada da Telesc, alugadas a preço muito barato e com direito de uso do telefone nº 1. Segundo relata Licurgo COSTA (1982), as primeiras transmissões eram precárias, porém a acolhida e a repercussão do novo serviço foi enorme. Era tempo de 2º Guerra Mundial e as pessoas estavam ávidas por informações.

João Rath de Oliveira, contemporâneo e colaborador de primeira hora assim relata o nascimento da "Voz da Cidade", em Lages:

*"Fixando-me definitivamente em Lages em 1940... Eu morava numa pensão onde morava também um jovem um pouco mais velho do que eu, sete anos mais velho (...), e que fora contratado por uma empresa lageana para dar assistência técnica e garantia de funcionamento de instrumentos de recepção de Lages. Aliás, ele era radiotécnico e foi indicado pela firma fornecedora das concessionárias em Lages. E o convívio com ele me fez tornar-me um amigo pessoal e às vezes até confidente de "seu" Carlos Joffre do Amaral. Ele tinha um sonho. Logo que chegou aqui, (viu) que Lages era uma cidade que já tinha um certo movimento comercial no centro de toda a região serrana, e não tinha um*

*serviço de alto-falantes, e ele tinha em mente - justamente a especialidade dele é a amplificação de som -, colocar na cidade um serviço de alto-falantes.. (...) E ele conseguiu concessão na praça, (...) três pontos, aqui na frente do prédio que ainda tem (...) e outros, frutos de boas relações (...) em cima da repartição da Receita Federal, cedida graciosamente para ele... e colocou lá os aparelhos que ele mesmo montou, e esticou fios até a esquina aqui" (OLIVEIRA, 2001).*

O fato é que em 1941, estava consolidada a Voz da Cidade. Prova é que no dia 17 de agosto desse ano, o jornal Guia Serrano registrava: *"A Voz da Cidade: Com algumas caixas de som é transmitido (sic) das 7 às 9 horas notícias sobre a cidade, músicas, anúncios e fatos noticiários"*. Em setembro desse mesmo ano, a Voz da Cidade transmitiu conferência pública sobre a personalidade política do grande catarinense Dr. Lauro Severiano Müller. Para situarmos um pouco mais e melhor o contexto, o mesmo jornal, a 15 de maio de 1941, noticiara o pedido de demissão do Dr. Indalécio Arruda, Prefeito de Lages, *"que há 3 anos vinha dirigindo com critério e dedicação os destinos da cidade"*. Estávamos em tempos conturbados de Estado Novo e a movimentação política da República deixava certamente respingos por aqui.

Sobre as características do serviço (o que transmitia) e as contrapartidas que a "Voz" recebia (o pagamento), é

interessante fixar, da mesma fonte que, aliás faz questão de insistir que tais serviços de alto-falantes eram relativamente comuns no interior do Brasil (cita como exemplo sua cidade de origem, Caxias do Sul) e no nosso estado o serviço antecessor da Rádio Guarujá de Florianópolis:

*"Era reprodução de discos e uma ou outra propagandazinha, pois era difícil quem pagasse para fazer publicidade. (...) Tinha propagandas de ocasião. Muito lentamente as empresas também começaram a fazer propaganda por mês. O Joffre cobrava na época 30 cruzeiros justamente quando a Voz da Cidade estava se instalando. Então, saía relativamente barato. Mas a primeira empresa que deu propaganda permanente pra gente (era eu que fazia a corretagem visitando os clientes) foi a Pernambucana, as Casas Pernambucanas". (OLIVEIRA, 2001).*

Logo no primeiro mês do ano de 1942, Carlos Joffre do Amaral viajou a São Paulo. Objetivo: providenciar o aparelho da futura radiotransmissora em Lages. Na ocasião, o diretor da Voz da Cidade confirmava para breve uma estação de rádio, que muito contribuiria, sem dúvida, para o progresso de Lages. Porém,

*"não seria tão fácil a concretização da idéia, pois a licença importava num longo e complicado expediente burocrático, que somente permitiu a Joffre do Amaral fundar a Rádio Clube*

*de Lages e pré-inaugurá-la em fevereiro de 1946, sendo os seus estatutos divulgados na edição do Guia Serrano de 31 de março de 1946". (COSTA, 1982:1130).*

Em abril (26), o Guia Serrano anunciava "*O Laboratório Radiotécnico a Voz da Cidade, a propaganda eficiente de Joffre Amaral: Consertos, reforma e montagem de rádios. Instalações de rádio. Propaganda, aparelhos sonoros e cataventos em fazendas. Todos os serviços são executados com perfeição. Façam uma visita sem compromisso. Lajes, Rua 15 de novembro, 21 (ao lado da Cia. Telefônica), Santa Catarina*". Logo após, precisamente em junho (07) desse mesmo ano, era comunicada a mudança do serviço de alto-falantes para novas instalações na mesma rua, prédio que ficava onde hoje está a Confeitaria Gênova.

Para ilustrar melhor o contexto em que nascia a "Voz", em julho de 1942, o Guia Serrano publicava o censo da Agência Municipal de Estatística, feito em setembro de 1940, que apontou uma população de 9.965 habitantes na cidade de Lages. Em novembro de 1943, sob o título "*Lajes, cidade moderna*", vangloriava-se o mesmo semanário de que "*evidentemente, Lajes toma aspectos, dia a dia, de uma grande e moderna cidade*". Referia-se ao projeto de construção de um prédio de 5 andares pelo senhor Acácio Arruda, o futuro Edifício Dr. Acácio, na praça central. Pela mesma época, uma outra nota reclamava da

mendicância nas ruas, dizendo de um notável aumento. Dos 80 mendigos cadastrados no Asilo Vicentino quando ele ficou pronto, somente 16 se apresentaram para nele morar. E lançou apelo às autoridades policiais para criarem um fichário-cadastro de mendicantes e sobre eles *"exercer-se enérgica vigilância para expurgar os que procuram recorrer à caridade pública daqueles que a exploram"*. Neste mesmo ano de 1943, o jornal publicava um artigo forte contra as comemorações do Carnaval. "Para que Carnaval?", era a manchete.

1945 antes de mais nada foi o ano do final da Segunda Guerra Mundial. O significado deste acontecimento também em Lages foi saudado com grande entusiasmo e euforia. E lá esteve a Voz da Cidade. No dia 05 de maio, pelos seus transmissores passaram as falas das autoridades integrantes de um grande comício comemorativo da vitória aliada, em frente às bandeiras hasteadas do Brasil, da Rússia e da Inglaterra. Seguiu-se grande passeata, com enterro simbólico de Hitler. Uma semana após, no dia 12, o Guia Serrano, ainda a respeito do fim da guerra, referia que a primeira notícia da vitória, a 7 de maio, fora feita pela Voz da Cidade, e se emocionava: *"À proporção que a Voz da Cidade transmitia ao público em seus possantes alto-falantes as notícias do grande acontecimento, o povo, nas ruas, nos cafés e em todos os lugares onde havia aglomerações... escutavam e davam vivas"*. Nessa noite, registrou-se grande agrupamento na Praça João



Pessoa, onde foi organizado um comício, com direito à Banda Musical Carlos Gomes. No dia seguinte, 08 de maio, designado o Dia da Paz, a cidade foi ornamentada com bandeiras, flores, ocasião em que novos comícios com discursos e desfiles aconteceram.

O final da guerra também praticamente determinou o final do Estado Novo e da ditadura varguista no Brasil. Respirou-se aqui também ares de redemocratização e reconstrução econômica dos países arrasados pelo grande conflito. Nessa linha, o Brasil se preparava para uma nova Constituição, reorganizavam-se o Estado e os partidos políticos, preparavam-se as eleições. Em Lages - e lá estava a Voz da Cidade - aconteciam manifestações pró-candidatura do general Eurico Gaspar Dutra, do lado pessedista, e pró-Brigadeiro Eduardo Gomes, sem a Voz da Cidade. Sobre as primeiras noticiou, em abril de 1945, o então semanário Correio Lageano:

*"... uma forte corrente política, abrangendo elementos de várias classes e diversas procedências idealistas, sustentam os nomes do presidente Getúlio Vargas, do interventor Nereu Ramos e a candidatura do general Gaspar Dutra, como garantia de ordem interna, da estabilidade econômica, do amparo às classes trabalhadoras e da política externa do Brasil". (CORREIO LAGEANO, 07/04/45).*

Francamente delineava-se a nova tendência de alinhamento político-partidário que hegemonizaria a política local e regional até princípios da década de 70, sob o comando das oligarquias com sede em Lages, encabeçadas pela família Ramos, cuja base econômica era o latifúndio com pecuária extensiva: o Partido Social Democrático. Em agosto, o Correio Lageano, sob título "*Consciência Católica*", defendia esta sigla como a que continha os princípios católicos. No mês de outubro de 1945, a divulgação do alistamento eleitoral em Lages, básico para as próximas eleições, apontava o partido de Dutra e de Nereu Ramos - o PSD - como disparado favorito. De fato, arrombou as listas de cadastramento, basta ver o resultado final, amplamente divulgado, na ocasião:

Total de eleitores: 13.606.

Partido Social Democrático: 10.696.

União Democrática Nacional e outros: 2.179.

*Ex-officio*: 731.

Em 14 de novembro de 1945, por nomeação, assumiu pela segunda vez a Prefeitura de Lages o Dr. Indalécio Arruda. A propósito, sobre este líder político e a Rádio Clube, há uma passagem interessante, que ilustra muito bem os difíceis inícios da radiodifusão. Conta Ademar Bräscher que estava o Dr. Indalécio no pequeno estúdio, pronto para levar ao ar um

importante manifesto político. Depositara as três quatro páginas escritas sobre a mesa e foi-lhe dito que, ao acender-se a luz vermelha, começasse e, sem interrupções, lesse até o final. Eis que, ao meio do discurso, uma lufada repentina de vento mistura as laudas do ilustre político no chão. O engraçado é que, tomado de surpresa e sem se dar conta, pouco dado à parafernália eletrônica, o Dr. Indalécio põe-se a proferir "no ar" impropérios do tipo "o que é que eu faço com esta porcaria, agora", "me ajudem aqui com esta..." Até que o Mariano Pires Lopes, encarregado da mesa de som acorreu para interromper a transmissão, reagrupar mensagem e mensageiro e reencetar o programa.

#### **4.2. Os atos de fundação da Rádio Clube (1946-1949)**

Um ano importante para os destinos da Rádio Clube foi o de 1946. Iniciara-se esse ano com o anúncio da esperada nomeação e posse de Vidal Ramos Jr., figura importante dos quadros do PSD e grande aliado de Carlos Joffre do Amaral, na Prefeitura de Lages, como logo se verá. Nereu Ramos pontificava na política estadual. Logo em março, eram anunciadas, sob título "*Uma emissora em Lajes*", as possibilidades da iminente instalação de uma estação de rádio (Correio Lageano, 09/03/46). Logo correu o convite para a reunião de fundação da emissora, no dia 17 de março, um

domingo, no Cine Teatro Carlos Gomes. No dia 30, publicou-se o projeto do estatuto da Rádio Clube de Lages. Por esta mesma época, mais dia menos dia, o implacável cotidiano da cidade registrava, aqui, o reclame de alguém dos altos preços dos gêneros alimentícios, ali, a demonstração no parque de exposição, a cargo de uma enorme sucuri, que ia comer um cabrito. Hoje, o incêndio destrói a propriedade, ontem, a cidade isentou de impostos por 5 anos quem construísse o teatro. E a polícia proibiu a realização de comícios políticos, bem como a veiculação de doutrinas sociais (*sic*) em todo o estado.

Na primavera de 46, enquanto Nereu Ramos, vice-presidente da República visitava a cidade, que vivia dias de intensa vibração e regosijo (21/09/46) e Joffre do Amaral, em franca atividade, articulava os registros e prefixos necessários para que a rádio em Lages fosse uma realidade (Correio Lageano, 28/09/46), uma curiosa declaração, para os tempos aéticos de hoje, estampava a página do semanário: *"Eu, abaixo-assinado Evino José Vieira, declaro que não é verdade que tivesse chamado de ladrão a Henrique da Silva Ramos, por julgá-lo de bem. Faço esta declaração a bem da verdade".* (Correio Lageano, 12/10/46).

Em junho a novidade fora a volta do semanário "Região Serrana", noticiada pelo Correio Lageano. Foi o Região

Serrana que, em 27 de outubro, estampou: "*Rádio Clube de Lages S.A*", avisando aos sócios cujos nomes arrolou, para entregarem até 10 de novembro certidões de nascimento ou casamento. O objetivo era o registro da empresa na Junta Comercial do estado. Ao mesmo tempo, Lages discutia se era com g ou com j. Dizia o redator do Região Serrana: "*Não sei quem tem razão, se os conservadores ou os progressistas. (...) Para que, porém, mudar o nome de Lages? Alterar-lhe a fisionomia gráfica? Será talvez para distinguir as duas fases da sua vida? Lages (com gê): Tempo do carro de boi, dos postes com luz de querosene, dos cargueiros sonolentos, dos fios de barba-documento. Lajes (com jota): Cidade do trânsito vertiginoso e cheio de perigos, das luzes ofuscantes nas madrugadas frias, dos caminhões atopeitados de pneus, de sacos de farinha, mercadorias de que outras praças carecem, dos lindos prédios com água encanada e telefone. E quando o trem apitar nas coxilhas do antigo Conta Dinheiro, só contemplando velhas fotografias é que compreenderemos quanto Lajes ...*" (REGIÃO SERRANA, 10/11/46).

Finalmente, em março de 1947, chega a notícia do registro da Rádio Clube de Lages S.A na Junta Comercial do Estado. A mesma nota garante que já estava encaminhada a compra do aparelhamento completo para o funcionamento e que a torre de transmissão da futura estação de rádio seria localizada no Morro do Posto.

Devido às várias datações controversas que se registram, é bom que se frise que a Rádio Clube foi fundada em março de 46 (CORREIO LAGEANO, 16 e GUIA SERRANO, 31/03), porém, somente em 25 de agosto de 1949 (COSTA, 1982) foi efetivamente inaugurada.

#### 4.3. Controvérsias sobre pioneirismo e datas

A título de delimitar e destacar claramente quais foram as primeiras iniciativas de radiodifusão em nosso estado, bem como a posição relativa da Rádio Clube entre elas, embora ressaltando as controvérsias de datação que aparecem, conforme já anteriormente mencionado, inserimos aqui um quadro com referências e datas.

Quadro 2. As primeiras emissoras de rádio de Santa Catarina

EMISSORA	CIDADE	ANIVERSÁRIO
Clube de Blumenau	Blumenau	19/03/36
Difusora de Joinville	Joinville	01/02/41
Difusora de Itajaí	Itajaí	26/10/42
Guarujá	Florianópolis	14/05/43
Catarinense	Joaçaba	06/07/45
Difusora de Laguna	Laguna	23/01/46
Araguaia	Brusque	06/09/46
Mirador	Rio do Sul	13/03/47
São Francisco	São Francisco do Sul	23/03/47
Tubá	Tubarão	08/05/47
<b>Clube de Lages</b>	<b>Lages</b>	<b>25/08/47</b>
Clube de Canoinhas	Canoinhas	26/06/48

<b>EMISSORA</b>	<b>CIDADE</b>	<b>ANIVERSÁRIO</b>
Caçanjurê	Caçador	29/06/48
Rio Negrinho	Rio Negrinho	25/08/48
Jaraguá	Jaraguá do Sul	04/09/48
Chapecó	Chapecó	23/10/48
Eldorado	Criciúma	17/11/48
Araranguá	Araranguá	09/01/49
Videira	Videira	30/09/49

Fonte: Medeiros R. e Vieira L.H. História do Rádio de Santa Catarina, Florianópolis, 1999, p. 125.

Como se pode ver, MEDEIROS & VIEIRA (1999) colocam como data de criação da Clube de Lages, 25/08/47, o que, tratando-se de sua inauguração oficial, não está correto, pois se dará apenas dois anos mais tarde. Por outro lado, se a referência for a fundação da rádio, também não confere, diante das datas acima colocadas. De qualquer forma, seguramente a Rádio Clube está entre as 10 primeiras emissoras de rádio do estado.

Também é interessante registrar outra discordância surgida, por assim dizer, intra-muros da própria Rádio Clube sobre a questão do pioneirismo da radiodifusão na região do planalto catarinense. Intra-muros porque o próprio requisitante da condição de pioneiro do rádio lageano foi funcionário de primeira hora da Rádio Clube, tendo, portanto, estreita vinculação com ela, fato que, até certo ponto, até mesmo desautorizaria uma investigação de paternidade deste tipo. O fato é que a historiografia oficial e o depoimento de João Rath de Oliveira dão o crédito a Carlos Joffre do Amaral (COSTA, 1982 e MEDEIROS & VIEIRA, 1999), porém Ademar

Bräscher, um dos mais antigos radioamadores e radiotelegrafistas de Lages contesta o crédito, atribuindo a iniciativa a si próprio, quando em fevereiro de 1949 encomendou transmissor, mesa de som, toca-discos e microfone em São Paulo, material que recebeu e instalou em março desse mesmo ano, passando a transmitir músicas, felicitações, dedicatórias, entrevistas e até programas musicais ao vivo (Grupo Velha Guarda, com Achyles e Atílio Varela, Juca Krebs e Prof. Dedé, ainda vivo, Manoel Teixeira Jr., violonista e cantor, César Wagenfuhr e o Incrível Boneco Juquinha, humorista e ventríloquo), com a denominação de Rádio Internacional Experimental. *"Eu funcionei desde 1º de março de 1949 como pioneiro da radiodifusão em Lages, até 31 de outubro de 1949"*, assevera.

No entanto, o próprio Bräscher reconhece a Voz da Cidade como antecessora da Rádio Clube,

*desde 1940, que fazia música para o "footing", música para namorado, montada bem ali no centro. Mais tarde, o Joffre tinha vontade de montar uma rádio comercial oficial e me procurou para que eu fechasse a minha estação. (...) Ele pediu para mim parar e participar da rádio que ele recém estava requerendo. Eu trabalhei até 31 de outubro de 1949 e no dia primeiro de novembro, no dia seguinte, eu entrei de funcionário com a carteira nº 1 a trabalhar com Carlos Joffre do Amaral". (BRÄSCHER, 2001).*



Também o Jornal Correio Lageano nº 148, de 14 de agosto de 1999, sob o título "O pioneiro da radiodifusão lageana" garante que "a história da radiodifusão tem um nome que até agora não foi reconhecido oficialmente. Este nome se chama Adelmar Elizário Paim Bräscher. Foi este cidadão que instalou em Lages a primeira emissora de rádio. Isto ocorreu no período de abril a outubro de 1949".

Evidentemente que o pessoal da Rádio Clube não aceita a versão, que considera sem fundamento, tanto com base na historiografia citada acima e que faz questão de confirmar, quanto pelo próprio fato de que, para os seus dirigentes atuais, o parâmetro para o *status* de pioneiro da radiodifusão na região agrega muito mais qualidades e variáveis do que a simples montagem de um aparelho de transmissão durante uns poucos meses ou mesmo o idealismo de um notável radiotelegrafista. Envolve toda uma história, uma tradição, uma construção social-comunitária e também técnico-burocrática que somente Carlos Joffre do Amaral fez.

*"...o seu Adelmar foi um grande radiotécnico. Ele entendia de transmissores, de receptores, de eletrônica em si. Mas seu Adelmar nunca foi um radiodifusor. (...) Radiodifusor é aquele que transmite a notícia, aquele que tem uma emissora de rádio... As outras pessoas que trabalham na radiodifusão, como técnicos de rádio, radiotelegrafistas, jornalistas, como*

*o locutor, o apresentador, nós não consideramos radiodifusores. Eles são na realidade radialistas. Então esta é a posição do Adelmar, que teria muito para o teu trabalho, grandes colaborações. Somente que deve ser dividido o que é radiodifusor e o que é radiotelegrafista, radiotécnico". (AMARAL, 2001).*

Desencontros e controvérsias à parte, Adelmar Bräscher teve seu nome ligado à Rádio Clube de 1949 a 1995, quando se aposentou. Várias passagens interessantes o fazem orgulhar-se do tempo em que esteve ligado ao rádio. Uma delas é referente à sua excepcional habilidade de captar as palavras em código de alta velocidade, transmitidas pelas agências noticiosas internacionais, como a *United Press International*, por exemplo, que mandava as "novas" para os veículos de comunicação brasileiros, como o famoso Repórter Esso da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. A recepção das notícias via telégrafo era às 11 horas e o Repórter Esso ia ao ar às 12h 55min. Ora, graças ao seu habilidoso decodificador, que conseguia captar de 50 a 60 palavras por minuto, a Clube podia mandar ao ar noticiário de primeira mão, meia hora antes da grande Rádio Nacional, fato reconhecido e exaltado por amigos e mesmo por concorrentes.

Mas estes reclames de pioneirismo transformaram-se em intrigas somente *a posteriori*. Preocupemo-nos com o que acontecia em Lages nos finais do ano 47.

Em setembro, uma matéria-denúncia importante no semanário Região Serrana sobre a extração irracional de pinho brasileiro dava conta de que entre 1939 e 1945 a participação do pinheiro nativo no total das exportações de madeira do Brasil variara de 74,8% a 89,9%, o limite máximo, em 1942. Em números absolutos apontava 60 milhões de pinheiros em Santa Catarina, 130 milhões no Paraná e 10 milhões no Rio Grande do Sul. Para este total, havia cerca de 3.740 serrarias de pinho e outras madeiras no sul do Brasil, sendo 1.409 no nosso estado. Destas, 703 serravam pinho. Queixando-se do sistema de transporte, que prejudicava o desempenho do setor, a mesma fonte projetava a intensificação da exploração, com base nos resultados de 1937 (261.057 ton.) e 1946 (571.199 ton.). Ainda assim, concluía denunciando a irracionalidade da exploração, exaltando a sua importância econômica e a lamentando a miséria das populações sem teto em terras de tanta madeira.

No mês de novembro de 47, os jornais anunciavam os resultados finais da eleição para Prefeito em Lages. Nenhuma novidade: vitória do Partido Social Democrático, com 6.628 votos, contra 3.684 dados à União Democrática Nacional. Curiosamente, Vidal Ramos Jr., o candidato pessedista levou mais votos que o seu partido, enquanto que o adversário Henrique Ramos Filho obteve menos votos que a sua legenda, a

UDN. Outro detalhe digno de nota: os dois candidatos adversários são componentes da mesma oligarquia Ramos<sup>14</sup>.

Fortemente relacionada à Rádio Clube, destacamos nesse final de ano a inauguração do Cine Teatro Marajoara (18/11/47), que depois sediaria os estúdios da rádio até 1974 e também os seus programas de auditório, que eventualmente utilizariam também o Cine Teatro Tamoio, inaugurado em 29/10/48, e anunciado como o maior do estado naqueles tempos.

No primeiro semestre do ano 48 repercutiram os ataques da autoridade maior da Igreja Católica Romana da região, o bispo diocesano Dom Daniel Hostin, a duas organizações "perigosas para católicos". Em fevereiro o "senhor" bispo trocava telegramas com Nereu Ramos, cumprimentando-o pela firme atuação na extinção dos mandatos dos comunistas. Já em maio, pelo semanário católico Guia Serrano, sob título "*Pode o*

---

<sup>14</sup> A primeira ruptura interna na oligarquia mandonista dos Ramos em Lages se dá em 1918. Nereu de Oliveira Ramos, filho do senador Vidal José de Oliveira Ramos, pleiteia vaga no Congresso Estadual (10ª Legislatura, de 1919 a 1921), contra a vontade de Belizário José de Oliveira Ramos, que quer ver no cargo seu filho, Aristiliano Laureano Ramos. Belizário Ramos, na ocasião Superintendente Municipal de Lages, acusa o irmão Vidal de traidor, iniciando-se, assim, grande inimizade entre os troncos principais da família, de tal forma e em tal intensidade que morreram, Belizário e Vidal, sem fazerem as pazes. Mais tarde, em 1933, os primos Aristiliano e Nereu Ramos, agora já no contexto da eleição para a Assembléia Constituinte Estadual (1934), voltaram a se desentender, vindo a romper definitivamente no ano de 1934, por ocasião da disputa para o governo do estado (01/05/35), em que os dois pretendiam-se candidatos. Num lance de malícia política, segundo COSTA (1982), Nereu propôs que ambos fizessem silêncio em torno da disputa, tendo obtido a concordância de Aristiliano. Porém, na surdina, os dois continuaram armando esquemas políticos em torno das candidaturas, que incluíram, inclusive, intervenção do próprio presidente Getúlio Vargas. Mais hábil na articulação de alianças, Nereu venceu a eleição para governador,

*católico pertencer ao Rotary Club?"* proibia a participação. O Rotary, segundo ele, era uma associação de maçons.

O mesmo Guia Serrano, em 17/10/48, anunciava: *"Dentro de um mês funcionará a Rádio Clube de Lages"*. Esta notícia não teria aqui maior necessidade não fosse a demonstração das dificuldades iniciais de instalação da rádio, como aliás já referido por COSTA (1982). Sabemos que está oficialmente fundada desde março de 46, mas irá funcionar definitivamente apenas no final de 49. Um lapso de tempo superior a três anos entre fundação e funcionamento pleno.

Sobre a entrada no ar definitiva da Clube de Lages, "O Planalto", jornal pertencente ao mesmo grupo de que faz parte a rádio, na edição de aniversário (30 anos), em agosto de 79, traz um série de informações. Algumas vamos colocar na íntegra com o intuito de marcar a data com documentos de "próprio punho":

*"...surgiu em 25 de agosto de 1949, funcionando no edifício Marajoara. A sociedade anônima Rádio Clube de Lages, tendo como objetivo a exploração da radiodifusão, foi fundada a 07 de abril de 1945 (sic), com cerca de 118 sócios, com um capital inicial estimado em Cr\$ 350.000,00. A emissora foi acolhida com muita simpatia e entusiasmo da população, que desde algum tempo já vinha acompanhando a Voz da Cidade,*

---

selando a cisão que marcou a história política do estado e da cidade de Lages.

*que deu origem à Rádio Clube de Lages, com frequência de 690 KHZ , prefixo ZYW3 e 100 watts de potência, em ondas médias, transmitindo por antena omnidirecional, com 50 metros de altura, instalada no Morro do Posto, o que lhe possibilitava um relativo alcance em todas as direções. (O PLANALTO, 25/08/99).*

A primeira diretoria da Clube S/A era composta por Osni de Medeiros Régis, Diretor Presidente, João Dias Bräscher, Diretor Gerente e Carlos Joffre do Amaral, Diretor Técnico. As dificuldades de se fazer rádio na época eram enormes, o que era contrabalançado pela sua enorme e inegável força de inserção dentro da comunidade, continua contando O Planalto. O rádio era mais barulhento e havia uma preocupação constante em chegar mais longe e em criar coisas novas.

Desde o início, Joffre do Amaral e sua Diretoria, especialmente Amaral que era um apaixonado por radiodifusão, procuraram parcerias e os meios de ampliar o negócio. Certamente que perceberam o significado de congregar forças, unir regiões para ganhar espaços. Juntaram-se, assim, inicialmente, a Evelásio Vieira, de Blumenau e J. Gonçalves de Joinville, e passaram a freqüentar a capital da República, sempre a fim de promover o desenvolvimento e a ampliação do alcance de suas respectivas rádios junto à antiga Comissão Técnica de Rádio do governo federal. Em 1954, com Nereu Ramos de avalista e mentor, os três conseguiram aumentar a

potência de suas emissoras para 1.000 watts na antena, além de obterem cada uma uma concessão de televisão, que todavia foram canceladas. Para se ter idéia do salto técnico, a Clube original trabalhava com antena de 100 watts.

#### **4.4 O cotidiano da Rádio Clube: Programação, personagens e atividades artístico-culturais-beneficentes**

Um personagem que praticamente nasceu para o público de rádio e também, mais tarde, para a política partidária com a Rádio Clube de Lages foi Manoel Correia (Maneca). Desde o ano um, junto com ela, surgiu a figura do artista cantor de música sertaneja e comunicador altamente sintonizado com as preferências locais e regionais, a ponto de seus programas tornarem-se puxadores incontestes de audiência. Começou como calouro de programa de auditório e logo após, ao formar um trio com Tavinho e Wilson Bueno, mais tarde Tavinho, Maneca e Souzinha, fez-se promotor e animador do Grande Show W3, entre outros programas. É porém, o Alma Cabocla, 44 anos no ar, desde 1957, que firma Manoel Corrêa como um dos núcleos até hoje intocados da programação da Clube.

Falando em programação, do Maneca obtivemos a que foi básica dos primórdios da Clube, que, por preciosa, colocamos aqui:

5 às 8h, de segunda a sábado, ao vivo, Tavinho, Maneca e Souzinha. Música e entretenimento.

5 às 8h, de segunda a sábado, Alma Cabocla, com Maneca (a partir de 1957). Musical.

8h, 1º edição do Grande Jornal Falado Rádio Clube de Lages. Jornalismo.

8h 30min, música e variedades.

10h 30min, Arraial do Amola Faca, entre 1951 e 1965. Música e informação.

11h 30min, Hora do Fazendeiro. Informação.

12h 25min, Grande Jornal Falado Rádio Clube de Lages, 2ª edição.

13h, Feliz Aniversário, músicas e dedicatórias.

18h, Oração da Ave-Maria, nos primeiros tempos com Nelson Bräscher. Mensagem religiosa.

19h, A Voz do Brasil.

20h, Variedades e musicais.

Nos sábados à noite, relembra Maneca, a atração maior da Clube era a Boate Azul, programa de estúdio, que levava música popular brasileira ao vivo, com artistas da própria cidade e região, destaques para Reginaldo Espíndola, Sizenando "Nandinho" Lino e Renato Paes,



do Conjunto Sincopado, Ilton e Iolanda Amaral (apresentadores), Souzinha e Osmarina e as Irmãs Bianchini. Ia ao ar às 20 horas, com hora e meia de duração, tendo permanecido perto de 10 anos na programação.

Aos domingos, o forte era o *Grande Rodeio W3*, novamente com Manoel Correia. A respeito deste programa, O Planalto comemorativo dos 30 anos da Clube (25/08/79) diz que no princípio o *show* era levado pela manhã, às 10 horas, passando mais tarde para a noite, entre 19h 30min e 22h 30min. Programa de auditório, ao vivo, além dos artistas locais, que a rádio sempre prestigiou desde os tempos do alto-falante, o *Show W3* trouxe grandes atrações cujos nomes são representativos, não apenas da época em que fizeram sucesso, mas do gênero musical consagrado pelo programa e pela audiência, o popular-sertanejo, desde Pedro Bento e Zé da Estrada, Tônico e Tinoco, até os atuais Chitãozinho e Chororó. Maneca enumera com orgulho os grandes personagens da música sertaneja, nativista e gauchesca que churrasquearam e matearam com ele. A Rádio Clube de Lages manteve programas de auditório, com apresentações musicais, brincadeiras, sorteios de brindes doados pelos patrocinadores, desde o início da década de 50 (Maneca não pode precisar se 51 ou 52) até 1985, bem depois do ingresso da televisão em Lages e até mesmo da TV Planalto, do próprio Sistema Catarinense de Comunicação, proprietário da rádio.

Na década de 50, durante quatro anos, a Rádio Clube, seguindo o exemplo das grandes estações de rádio e o gosto do público da época, tudo muito determinado pela ausência de concorrência televisiva, manteve um pequeno núcleo de rádio-teatro (MEDEIROS e VIEIRA, 1999).

Aos domingos, é tradição da Rádio Clube a transmissão da Missa das 8 horas desde a Catedral Diocesana. Isso desde os primeiros tempos, até os dias de hoje. Fez parte dos princípios dos fundadores manter as boas relações com as diversas esferas de poder e, no caso específico, um bom convívio com a Igreja Católica local, embora Joffre não fosse um homem particularmente religioso, segundo o testemunho dos amigos, sem dúvida seria condição de bom e tranqüilo funcionamento, considerando-se o papel preponderante desempenhado especialmente pelo primeiro bispo, D. Daniel Hostin, e pela Igreja Católica, na região, tanto na romanização dos fiéis locais, na fiscalização da moral pública e dos bons costumes, para colocá-los a salvo de pessoas, grupos e idéias "perigosas", como já registrado aqui mesmo neste trabalho. Fato, aliás, sabiamente percebido e aproveitado pelas elites governantes locais, que souberam tirar proveito e contrapartidas valiosas de uma estreita relação com o poder espiritual.

Além desses ingredientes típicos da programação específica da rádio, outras atividades comerciais correlatas envolveram-na também desde o início das transmissões. Exemplo é a promoção de eventos com artistas nacionais, normalmente vinculados a promoções beneficentes ou a datas comemorativas. Uma outra atividade notável foi durante algum tempo a promoção de excursões e caravanas de artistas locais para outras praças, aproveitando a notoriedade que os artistas, promovidos pela própria rádio, alcançavam perante o público, notadamente na região serrana e até onde alcançava a mensagem da Clube.

Com o intuito de traçar uma espécie de caminho evolutivo da programação da Clube, importante para sentirmos o que permanece e o que passa, servimo-nos de um outro funcionário antigo e com história importante de identificação com a rádio, Silva Müller. Pedimos a ele que traçasse a programação no ano de seu ingresso nos quadros da emissora, 1968, que reproduzimos aqui, evidentemente sujeita a eventuais lapsos de memória. Aliás, lapsos de memória, como já se mostrou aqui mesmo no decorrer deste trabalho, são comuns, demonstrativos do quanto a Rádio Clube prezou pouco a própria história e a própria memória, o que somente agora, com a instituição da Fundação Carlos Joffre do Amaral, está sendo corrigido. Mas vamos a Silva Müller e à programação da Clube no final da década de 60 inícios dos anos 70:

5h, Tavinho. Musical sertanejo.

6h, Manoel Correia, com Alma Cabocla. Musical e entretenimento.

8h, Jornal da Clube, primeira edição.

8h 45min, Show da Manhã, com Luiz Zanella Sobrinho. Música e informação.

11h, Musical com música popular brasileira.

12h, Jornal da Clube, segunda edição.

13h 30min, Rádio Novela.

15h, Feliz Aniversário. Musical com mensagens e dedicatórias.

17h, Musical com música mexicana.

18h, Oração da Ave-Maria. Mensagem religiosa.

18h 15min, Antena Esportiva.

19h, A Voz do Brasil.

20h, Histórias que o vovô contava. Infantil.

21h, Música sertaneja.

22h, Música popular brasileira, sucessos do momento.

Algumas análises são importantes de serem ponteadas, com a respeito à programação da Clube, aproveitando-se o depoimento desses funcionários representativos.

Uma diz respeito às opções musicais do ponto de vista das expressões culturais que representam. Nesse sentido, é verificável, através de observação a partir de funcionários e comunicadores da Clube, que o período inicial, digamos década de 50 a 60, é marcado nitidamente pela supremacia do sertanejo paulista, ao que tudo indica influenciado por exigência de mercado da época e pelas próprias origens interioranas paulistas dos fundadores da rádio, Carlos Joffre do Amaral e Benedito Marcondes do Amaral. Já na década de 60 visibilizam-se as influências da música regionalista da "campanha" do Rio Grande do Sul, muito na senda da explosão do movimento tradicionalista e suas expressões organizativas, como os Centros de Tradição Gaúcha e os famosos rodeios crioulos. Não é à toa, nesse aspecto, que a denominação do programa semanal de auditório da Clube de Lages será o Grande Rodeio W3. Ultimamente, a tônica da programação musical é a mistura dos dois gêneros, hoje já com as conotações campestre-rurais esmaecidas por características urbano-rurais administradas pelo mercado em favor do urbano, tanto o sertanejo paulista e goiano, quanto o gauchesco.

Para concluirmos a parte das programações, sem dúvida fator importante da história de um veículo de comunicação de massa - é por isso que fazemos questão de focalizar três de três épocas diferentes -, trazemos a programação atual semanal (segunda a sexta-feira):

5h às 8h, Alma Cabocla, com Manoel Correia (Maneca).  
Musical e entretenimento.

8h às 8h30min, Grande Jornal Falado Rádio Clube de Lages,  
1ª edição, com Luiz Zanella Sobrinho.

8h30min às 10h, Clube Repórter, com Evaldir Nascimento.  
Jornalístico.

10h às 11h 45min, Show da Manhã, com Luiz Zanella  
Sobrinho. Música e entretenimento.

11h 45min às 12 h, Momento de Oração, com Padre Lírio  
Pezzini.

12h às 13h30min, Grande Jornal Falado Rádio Clube de  
Lages, 2ª edição, com Luiz Zanella Sobrinho e José Amarante.

13h30min às 15h, Clube Alternativa, com José Amarante.  
Jornalístico e informativo.

15h às 18h, Onde canta o Sabiá, com Servílio Ferreira.  
Música e entretenimento.

18h às 18h15min, Oração da Ave-Maria, com Luiz Zanella  
Sobrinho.

18h 20min às 19h, Bate-Bola, com Antônio Armino Araldi  
e equipe de esportes.

19h às 20h, A Voz do Brasil, da Agência Nacional.

20h às 21h, Clube dos Amigos, com Jair Rodrigues. Musical.

21h às 22h, A Voz da Assembléia de Deus. Religioso-confessional.

22h às 24h, A Música da Clube.

Um destaque cabe ainda na programação da Clube de Lages: a tradição em reportagens esportivas, sendo o futebol de campo ou de salão o principal alvo da cobertura, com ênfase para a modalidade comumente chamada de futebol profissional, em contrapartida à amadora. Várias equipes de esporte já passaram pelos microfones da Clube. A fase áurea foi mesmo na década de 60, em razão do florescimento e apogeu do futebol profissional em nossa região, com a emergência de equipes em Lages (Internacional e Guarani), São Joaquim (Nevada) e Otacílio Costa (Olinkraft). Em meados dessa década os dois times de Lages alcançaram o topo, disputando o título estadual, tendo o Internacional de Lages se sagrado vice-campeão do estado em 1964 e campeão em 1965. No entanto, independentemente da boa ou má situação dos times, a Clube tem mantido a equipe de esportes até os dias atuais.

Pelas diversas programações que expusemos, e auxiliando-nos novamente do homem do jornalismo da Clube, Silva Müller, 23 anos na Rádio, algumas peculiaridades mais devem ser ressaltadas e nós destacamos.

A primeira é certamente a de que a Clube mudou muitas vezes de programação, devido ao desaparecimento de comunicadores, como Tavinho, Souzinha e o próprio Carlos Joffre do Amaral, ou devido a outras circunstâncias, mas principalmente por necessidade de adaptação aos novos tempos, ao aparecimento da FM e da televisão e ao mercado, cada vez mais fragmentado e mais exigente. Porém, é fácil verificar que, apesar de tudo, manteve e mantém um núcleo intocado de programação, que vem desde os seus primórdios. Tal núcleo, ao redor do qual vêm e vão programas e mais programas é sem dúvida aquele formado por Alma Cabocla, programa musical de abertura às 5h da manhã, as duas edições diárias do Grande Jornal Falado Rádio Clube de Lages, de manhã e ao meio-dia, a Oração da Ave-Maria, às 18 horas.

Alma Cabocla é o tradicional musical matinal com Manoel Correia desde 1957, o despertar da cidade e do interior. A fórmula é simples: música, informação e aquele "papo" com o comunicador que identifica e identifica-se com a gente simples do interior. O Grande Jornal Falado da Clube, criado por Benedito Marcondes do Amaral, pai de Joffre, é outro programa-chefe, muitíssimo ouvido, imperdível no longínquo interior da região, noticiário internacional, nacional, local e, especialmente, o famoso "alô-alô", nome popular do serviço de avisos pelo ar, referência maior da comunicação cidade-campo que, por si somente valeria uma análise sociológica e



sobre o qual inúmeras anedotas e histórias engraçadas são contadas<sup>15</sup>, mas cujo sentido mais sério e utilitário é o fato de ser a frequência obrigatória do pessoal do meio rural que vem à cidade a negócio, tratamento de saúde, hospitalização, visita a parente, ou que desde a cidade tenha notícia importante a dar aos do "sítio", como nascimento, falecimento, viagem de retorno, ou pedido a fazer, como carona ou meio de transporte. Além disso, há a contribuição na montagem da agenda das comunidades interioranas, como é o caso do anúncio das festas de igreja, dos mutirões de carpida, dos bailes, domingueiras, carreiradas e gineteadas, torneios de futebol e de laço. Todo mundo avisa pelo "alô, alô". Os poderes públicos também utilizam do espaço para os editais e para reforçar o clientelismo; a igreja para os pregões e até mesmo para potencializar o paroquialismo. Aliás, esse serviço prestado às comunidades interioranas valeu e vale até hoje para o programa o grau e caráter de utilidade pública, oficialmente reconhecidos pela Câmara de Vereadores do Município, através da Lei nº 072, de 03 de março de 1.967 e sancionados pelo então prefeito-interventor

---

<sup>15</sup> MEDEIROS e VIEIRA (1999) contam aquela do morador de um sítio que deslocou-se a Lages para buscar tripa de lingüiça, já que carneara um porco. Na viagem sentiu-se mal e logo ao chegar foi ao médico, que constatou um problema sério, para cirurgia. O "índio", preocupado em despachar a encomenda, foi à Clube mandar aviso à família que, como de costume, ouvia o Jornal Falado. Eis o teor:: "Alô, alô" - e cita o nome da localidade, do receptor e o próprio nome - "... avisa que baixou hospital, foi operado e está passando bem. As tripas seguem pelo ônibus".

federal Nilton Rogério Neves, este também um homem ligado estreitamente às tradicionais oligarquias mandonistas da região, fato que reforça o nível de organicidade mantido pela emissora com os poderes públicos locais.

Outra característica que o pessoal consultado entende fundamental no conjunto da vida e história da Rádio Clube é exatamente o caráter do popular. Termo que engloba por certo muitas interpretações, desde que relativo ao povo, sua referência imediata, popular é uma categoria muito abrangente, que envolve todas as classes sociais e diversificada gama de tipificações. No entanto, para a comunicação da Clube, popular refere-se genericamente à gente simples do interior da região serrana e das periferias urbanas, a quem se dirige a programação; refere-se às expressões artístico-culturais dessa gente, que são a música sertaneja e gauchesco-nativista, as festas e comemorações ligadas à vida do campo na serra catarinense, como por exemplo a Festa de São João, as carreiradas, as gineteadas e os torneios de laço, os rodeios crioulos; cabem perfeitamente, sem problemas, toques de ecletismo regional - por exemplo, concessões à música nordestina - e outros modismos populares introduzidos pela televisão. Popular refere-se, ainda, aos ídolos e aos personagens criados, cultuados e cultivados. Como em qualquer lugar, existem as estrelas que vêm e se apagam, e também os heróis de hoje e de

ontem. Popular, segundo a Clube de Lages, importa um certo crivo sobre a música e expressões culturais estrangeiras, esta, segundo Silva Müller uma marca da Rádio Clube. *"Se pedirem, a gente toca, mas não é comum nem o público solicitar, nem tampouco nós darmos preferência, embora não seja uma regra"* (SILVA MÜLLER, 2001), garante. Tal crivo não parece no entanto muito exigente quando se trata de promover modismos e expressões alienígenas que se refiram à arte genérica de ganhar dinheiro ou acumular capital aprovadas nas e a partir das economias ditas centrais. Nesse caso, dá para se observar que o que é bom lá, é bom também aqui.

A Rádio Clube também se auto-atribui a imagem e qualidades de comunitária, no sentido da extensão de seus serviços de forma cada vez mais permanente e mais próxima ao público. Desta maneira, abandonou paulatinamente os programas de estúdio e os gravados, com muita exigência em termos de produção e muito distantes do cenário e da platéia, para adotar uma fórmula simples e despojada, o trabalho com microfone aberto, sempre atrás das pessoas-comunidades e seus problemas e dos encaminhamentos pelo ar, às autoridades "competentes" ou "incompetentes", dependendo do que e de quem se trata. Esta orientação, embora pareça não entendida assim pelas pessoas que fazem a comunicação na Clube, certamente é devida também às novas condições da comunicação, à diferenciação e particularização dos públicos, que pedem mais

e mais tratamentos específicos e altos níveis de interatividade.

#### **4.5 As décadas de 50 e 60: busca de identidade e consolidação**

Se a década de 40 marca a criação e a efetivação da Clube de Lages, os anos 50 e 60 representam a consolidação do projeto pioneiro de Carlos Joffre do Amaral e Benedito Marcondes do Amaral na radiofonia catarinense. Tudo parece levar a isto. Particularmente no que se refere à comunicação de massa e seus veículos. São ainda anos dourados do rádio, no Brasil a televisão apenas ensaia o aparecimento, em Santa Catarina nem se pensa nisso e na região nem se sonha. De um modo geral, o mundo respira paz, nova ordem democrática, novas formas de governabilidade, usando termos de agora, tudo muito propício à expansão dos negócios. De fato, em termos de contexto nacional, eram tempos de euforia desenvolvimentista no país, programada desde os centros econômicos do mundo e alimentada pelo ingresso do capital internacional .

Como não podia deixar de ser, seguindo como que uma lógica de programação ditada de fora, entrara a região no passo de uma nova divisão nacional e internacional do trabalho: fonte abastecedora dos mercados madeireiros do centro do país e exteriores. Eram estes tempos de apogeu do

processo extrativo da madeira, como já pudemos aqui mesmo situar através de dados estatísticos. A cidade de Lages respirava ares de grande e pensava no futuro com um misto de otimismo e apreensão. A propósito, assim o jornal de oposição REGIÃO SERRANA, logo no início dos anos 50 (18/01) martelava a necessidade de inserção maior no progresso do país:

*"Em discurso, o presidente da nação afirmou que a estrada Lages - Curitiba estará terminada ainda este ano. (...) Por aí se vê que quanto aos transportes nossa cidade terá, dentro em pouco, uma situação privilegiada (...). Analisemos desapassionadamente a situação econômica de nossa terra. De que vive Lages? Essencialmente da pecuária. Esta já em período de saturação. Os campos lotados. Os patrimônios se subdividindo cada vez mais. Com raras exceções, poucos são os fazendeiros que possuem mais de 5 milhões de campos. Mesmo admitindo que a pecuária seja próspera, a quem aproveita ela? (...) Outra fonte de riqueza é o pinheiro. Este muito mal aproveitado e em vias de extinção. Dentro de 20 anos, se não forem tomadas medidas para replante, pinheiro aqui em Lages será objeto de curiosidade histórica". (REGIÃO SERRANA, 18/01/50).*

E concluía uma série de três editoriais sobre "O futuro de Lages", dizendo que numa cidade que vivia do pinheiro (de que havia necessidade de melhor aproveitamento), da pecuária

e do Batalhão - óbvia referência ao movimento econômico provocado pela unidade militar local, o IIº Batalhão Rodoviário -, era necessário incrementar a atividade comercial.

Nesse ritmo de auto-crítica e premonições inquietantes sobre as nossas duas principais atividades econômicas da época, o que estará fazendo a Rádio Clube na entrante década de 50? Os registros são poucos e esparsos.

1951 registra uma grande conquista: em clima de festa, com Vicente Celestino, a grande estrela do mundo artístico nacional da época, a Rádio Clube inaugurava um novo transmissor, com 1000 watts. Em fevereiro, estoura denúncia sobre jogatina de menores, exatamente no andar de cima da casa (Cia. Telefônica) onde funcionava a Voz da Cidade (REGIÃO SERRANA, 17). Em agosto, a Clube patrocinava mais uma campanha filantrópico-publicitária em defesa do amparo ao menor (REGIÃO SERRANA, 18). Nesse mesmo ano, assumiam o programa de auditório, nas noites de domingo,

*"... Manoel Correia, Jaci da Silva Ramos, Pedro Tomazoni Filho, Ilton Amaral e J. Moraes. O programa chegava a ter duração de três horas, onde desfilavam conjuntos da região e outros convidados famosos da música sertaneja, popular e do meio humorístico. (MEDEIROS e VIEIRA 1999).*

Em meados de 52, a Clube preocupava-se com a sua imagem e usa um outro veículo de comunicação para vender produtos seus. É um fato interessante de se notar, porque à medida que o tempo passa e as condições de auto-promoção acontecem, escasseiam até desaparecerem totalmente anúncios e notícias da rádio nos jornais locais, muito freqüentes nos anos iniciais. *"Um programa para cada gosto"*, é o título do anúncio. E elenca um grande leque de opções de programas para todos os gostos da Rádio Clube de Lages: *"tem para mulher, para o fazendeiro, para o povo (jornal) e para todos o show direto do Cine Teatro Marajoara, todos os domingos"*. (REGIÃO SERRANA, 10/05). Ao mesmo tempo em que promove o faturamento, esmera-se na conclamação da sociedade pela moralização da juventude, campanha que já desencadeara no ano anterior, com o apoio de outros órgãos de imprensa (GUIA SERRANO, 09/08).

Já no ano de 1954, ano eleitoral, enquanto prosseguem pelos semanários locais as escaramuças politigueiras entre udenistas e pessedistas, sediados aqueles no governo do estado e estes no paço municipal, - *"Lages vive ainda praticamente sem indústrias e vai progredindo assombrosamente quer na cidade, quer nos distritos, e isto apesar das falhas e omissões das administrações pessedistas"* (REGIÃO SERRANA, 01/05) -, com trégua somente em respeito à morte trágica e violenta do presidente Getúlio Vargas, a Clube, aparentemente alheia, incrementava suas estratégias de

identificação com o público. Já no final do ano, é anunciada a vitoriosa iniciativa da rádio denominada a "*Noite do Acordeon*", com a professora Dona Mariana Wagner (CORREIO LAGEANO, 06/11). Alheamento aparente, porque na mesma época, Joffre do Amaral atacava pela Rádio Clube fazendeiros e charqueadores pelos preços altos da carne, majorados desde meados do ano. Contra o pronunciamento, o REGIÃO SERRANA, na véspera de Natal, sob título "*Exploradores do povo*", a expressão utilizada pela Clube, aconselhava Agnello Arruda, representante dos indigitados, a defender a classe (*sic*).

No começo de 1955, a Clube publicou o resultado de sua campanha do Natal das crianças pobres do ano anterior, e, ao mesmo tempo, se engajou ao Correio Lageano na promoção do Concurso Miss Santa Catarina, lançando candidata, "*jovem de rara beleza, com grande lastro de simpatia em nossa cidade*", para representar Lages. A notícia quente no início do ano, porém, fora "*Para breve a melhoria dos serviços de força e luz*": "*Aproxima-se solução, por alguns anos, do angustiante problema do fornecimento de energia elétrica e iluminação pública da cidade. (...) a firma européia Escher Wiss (sic) já despachou para o Brasil a nova turbina a ser aproveitada na usina do Salto... Esta é a mais alvissareira notícia que podemos dar ao povo lageano, no início do ano*". (CORREIO LAGEANO, 22/01). E em junho, "*notícias procedentes de Florianópolis dão como certa a instalação até 15 de julho, de*



*uma nova emissora em nossa cidade. A rádio a ser instalada obedecerá à orientação do atual governo e dirigirá a campanha do senhor Jorge Lacerda na Serra" (CORREIO LAGEANO, 29/06).* Não deu para julho, como veremos. No final deste ano, enquanto a cidade elegia Vidalzinho (Vidal Ramos Jr.) para um novo mandato de Prefeito (já o fora durante o Estado Novo e de 46 a 51), a Clube esquentava as baterias para novo Natal da criança pobre e anunciava em novembro o início das irradiações aos domingos dos jogos de futebol realizados no Estádio Municipal (CORREIO LAGEANO, 15, 19 e 29/10, 02/11).

Registro importante é a entrada no ar, em 14/09/56, da primeira emissora concorrente da Clube no planalto catarinense, a Rádio Diário da Manhã de Lages, com prefixo ZYJ 769, frequência de 1.379 KHZ e potência de 1.000 watts. Era de propriedade de Hélio Ramos Vieira, Álvaro Ramos Vieira e Pedro Tomazoni. Em termos de alcance, a Clube continuou indo mais longe. Porém, dentro da cidade, onde se concentrava boa parte do eleitorado, o fato era significativo, porque a concorrência referida era também no campo das idéias político-partidárias, à sombra das pendengas entre as velhas oligarquias catarinenses, de vez que a direção da Diário alinhava-se com a União Democrática Nacional, contra a Clube, cujos proprietários filiaram-se desde o princípio ao Partido Social Democrático.

Mas não é sobre as preferências políticas que o pessoal da Clube gosta de falar, muito pelo contrário, nesse campo até se esquivam. Manoel Correia, a respeito da relação Clube-Diário, não toca em política mas também não deixa por menos o achincalhe ao concorrente-adversário. Diz que a Rádio Clube programara certa ocasião um de seus tradicionais shows humorístico-musicais, já então de tal forma populares, que muitas vezes saiam do auditório para a praça pública, como neste caso. Ocorre que a Diário se adiantara e reservara a Praça João Costa para uma apresentação do Ronald Golias, humorista de renome nacional. Por isso, a Clube teve que levar a sua promoção para o Tanque do Parque Jonas Ramos, com Nhô Belarmino e Nhá Gabriela, Virgulino e seu Incrível Boneco Juquinha, corrida de canoa (o Tanque como é conhecido é, na verdade, um pequeno lago dentro de uma praça pública no centro de Lages, com profundidade tal que possibilitaria muito limitadamente desafios de barcos a remos) e as costumeiras brincadeiras de palco. E aí, detona Manoel Correia, a concorrente teve que cancelar a apresentação do Golias por falta de público. *"Um desastre"*.

No ano da conquista da copa do mundo de futebol pelo Brasil, 58, a Clube naturalmente comandou as comemorações, que incluíram foguetório, desfile de clubes, banda de música e show na Praça João Costa (JORNAL CATARINENSE, 05/07) e no final do ano, mais um Natal para as crianças pobres que,

segundo os registros, aumentavam de forma preocupante, incomodavam nas ruas e se apinhavam nas associações de caridade. Já o ano de 59 guarda poucos registros. Começa com prova ciclística organizada pela Clube em fevereiro. Para fechar uma década e deixar uma imagem, nada melhor do que uma análise desapaixorada da cidade, feita no Jornal o Dia de Porto Alegre e transcrita pelo Guia Serrano (11/04/59), sob título *"O que dizem de nossa cidade"*:

*"Lajes era essencialmente uma localidade agropastoril. Nos últimos 30 anos o ramo da serra vem despertando-a para o progresso. O que há poucos anos não passava de uma aldeia com nome de cidade, é, agora, uma cidade moderna e trepidante, cuja população se eleva a mais de 40 mil almas. Situada na encosta de suave colina, rodeiam-na campos entrecortados de capões, onde domina o pinheiro, fonte de riquezas enormes que o homem, no seu afã de enriquecer, corta sem dó nem piedade, gerando a crise que virá e não tarda. Cidade moderna, conserva ainda toques indelévels dos sobrados senhoriais do século passado, quando os grandes fazendeiros passavam os meses de inverno na cidade". (O DIA apud GUIA SERRANO, 11/04/59).*

E encerrava a matéria com um elenco do que julgava os principais problemas de Lages: a ferrovia que não chegava, a precariedade da eletricidade e das estradas estaduais, o jogo do bicho e a prostituição desenfreada. Ressalte-se que já se

vislumbra o sinal dos tempos, na "crise que virá e não tarda".

A década de sessenta começa com duas referências interessantes. Relato as duas por referirem-se a primeira a comentários de rádio (será a nossa Rádio Clube, tão ciosa das responsabilidades sociais quanto as suas campanhas filantrópicas?) sobre a inexistência de mendigos em Lages e a outra sobre a tradicional "Cacimba da Santa Cruz", logradouro obviamente ligado a passado e presente de Lages e da rádio.

Falando de êxodo rural, pobreza e mendicância, assim se pronuncia o GUIA SERRANO, logo na abertura da década:

*"A pobreza vem afluindo em busca não só de agasalho, quanto principalmente de meios para ganhar a sua subsistência. Freqüentemente **escuto no rádio** que praticamente não existe mendicância em nossa cidade; é bastante para que se verifique o contrário uma caminhada diária pelas ruas João de Castro e Benjamim Constant...A cidade de Lages está crescendo progressivamente, tornando-se dia a dia mais bela e atraente; a brilhante e invejável sociedade que a compõe e ornamenta exige e impõe a cessação de tão deprimente costume. (GUIA SERRANO, 27/02/60).*

Sobre a "Cacimba da Santa Cruz", monumento histórico que hoje "estrangula" a Rua Carlos Joffre do Amaral, bem em frente ao prédio da Rádio Clube, centro da cidade, para a

qual pouca gente dá atenção, e onde antes de 41 (inauguração do encanamento d'água) se abastecia a população das proximidades, é interessante fazer uma pequena tomada. Foi mandada construir no final do Império, em 1879. Eis os termos do Edital *"para uma carioca n'água de Santa Cruz"*: *"A Câmara Municipal desta cidade manda fazer público que tendo deliberado mandar fazer uma carioca sobre a fonte d'água denominada Santa Cruz, por isso convida os interessados em fazerem essa obra a apresentarem suas propostas em carta fechada"*. Ao que, não se apresentando interessados, é oficiada a presidência da província que *"a falta de uma carioca tem ocasionado males à população desta cidade porque com a seca recorrem às águas de poços e banhados que são sempre prejudiciais à saúde"* (GUIA SERRANO, 13/02/60). Interessante é que o problema do abastecimento continuava na época do artigo, a ponto de o autor da matéria dizer que até aquela data, a cacimba ainda fazia falta pela precariedade do abastecimento. Mas a questão que resta, hoje, certamente não é mais a do abastecimento d'água, mas o valor e o uso que poderes públicos e os grupos dirigentes da sociedade como um todo atribuíram e atribuem à memória e à história de Lages, corporificadas, como neste caso, numa espécie de "anti-monumento" sacrificado no altar das prioridades urbanas. Nossa intenção de colocar aqui este resgate de uma história aparentemente tão desconectada do objeto da pesquisa é que o

Sistema Catarinense de Comunicação, mais tarde, na década de 70, tentará recobrar o significado de vida do antigo monumento às águas de Santa Cruz, denominando Rádio Cacimba a sua primeira emissora em FM, que, hoje, vinte e poucos anos depois, já nem atende mais por aquele nome. Há aí, não apenas uma proximidade física, mas uma similaridade objetiva. Seja pelas águas da vida, seja pelas ondas do rádio, o fato é que, em síntese, essas duas cacimbas tão geograficamente próximas são tentativas de ressignificação, ao que parece, tão efêmeras e passageiras, mas ao mesmo tempo tão permanentes e eternas quanto a sede do transeunte ou a emoção do ouvinte.

Ainda no contexto do nascimento da concorrência à Rádio Clube, no dia 11 de agosto de 1962 foi inaugurada a Rádio Difusora Santa Catarina, de propriedade dos padres redentoristas que administravam a paróquia do Rosário (Bairros Coral e Conta Dinheiro). A sede ficava na Av. Camões, 236. Seu prefixo: ZYJ 770, potência de 1.000 watts e frequência de 1.510 KHZ. A Difusora, em 1973, mudou de proprietário, passando ao comando de Rogério dos Santos e em 1976 para José Paschoal Baggio, proprietário do Correio Lageano, único jornal diário de Lages e da região.

Finalmente, em 04 de outubro de 1966, foi colocada no ar a Rádio Princesa, de propriedade do mesmo Dr. Hélio Ramos Vieira dono da Diário da Manhã e de Laerte Ramos Vieira, este

último político de projeção nacional na época, vinculado aos quadros da UDN antes do Golpe de 64 e posteriormente do MDB. Suas características técnicas: frequência de 1.030 KHZ em ondas médias, com 5.000 watts de potência, "*sendo a estação de maior potência em ondas médias do estado*" (COSTA, 1982), na época.

Porém, falar de comunicação de massa na década de 60 demanda naturalmente deter-se no Golpe de 64 e suas implicações sobre esta atividade, mesmo em Lages e na região serrana de Santa Catarina, bastante longe dos centros dos acontecimentos. Por isso, detivemo-nos a indagar do pessoal de serviço, em especial dos comunicadores, e também do quadro diretivo da emissora, os seus significados. De novo as reticências são muito grandes, mesmo quando os inquiridos se alinham entre aqueles que apoiaram partidariamente o Golpe, ou a Revolução de 64, como preferem dizer. O fato é que, assim mesmo, é sempre saudável e nunca demais relevar o quanto aqueles anos foram incômodos e restritivos.

Manoel Correia lembra dos apuros com a censura. Diz que foram tempos difíceis.

*"No tempo da revolução, nós tivemos uma certa distinção no nosso trabalho no rádio, porque naquela época tudo estava sob controle. Censura em cima de censura. (...) vivemos uma passagem que marcou bastante num*

*ponto negativo para o nosso trabalho de rádio. Porque o que fazemos é sempre com muita responsabilidade e a gente ficava fazendo programas de auditório com militares nas nossas costas com metralhadoras. Então era fazer aquele trabalho com cuidado de dizer uma palavra que pudesse nos comprometer. Preocupava bastante, nós trabalhamos assim. Na época da revolução era assim uma semana sob pressão de não poder dizer tal coisa e fazer somente a programação que estava já escrita e censurada, inclusive. (CORREIA, 2001).*

Mas não deixa de puxar o anedotário, de que é pródiga a sua simpática memória. Conta ele que entre os patrulheiros do seu programa de auditório, estava um certo militar do II Batalhão Rodoviário, seu compadre, que, por força do mandamento da caserna tinha que fazer aquilo, isto é, postar-se logo ali, muito perto, às costas dele, de metralhadora em punho. *"Ficava meio engraçado, né? De um lado, eu, de olho no compadre e do outro, ele fazendo também o seu trabalho e se desculpando"* (CORREIA, 2001) pela insólita e incômoda contingência de ter que fiscalizar os dizeres e afazeres do comunicador.

Já a visão do hoje empresário e comandante do Sistema Catarinense de Comunicações Roberto Amaral, perguntado sobre como transitou a Rádio Clube através do episódio Golpe de 64, não é tão, digamos, folclórica. Lamenta também a censura, a presença física da tropa no cotidiano da rádio, do nervosismo



de "seu" Joffre chegando a casa quando o coronel Ibiapina tinha ligado para dizer que aquela música não poderia ter sido tocada. Até mesmo com uma certa sutileza usa as manifestações da prepotência e do arbítrio contra a empresa para justificar uma espécie de não-pertencimento àqueles acontecimentos, como se sente nas suas próprias palavras, explicando aquilo como uma simples rixa de militares e gaúchos.

*"Na Revolução de 64 nós tivemos dentro de nossa emissora presentes em alguns momentos soldados com metralhadoras. Não que nós fôssemos contrários a um lado ou a outro. Naquele momento não tínhamos uma opção, porque nós éramos meio agauchados. Somos meio agauchados. Então, toda a revolução de 64 teve um embate, como se fosse os gaúchos de um lado e os militares de outro. E nós estávamos no meio. Ali não tivemos um lado assim bem claro, no momento da revolução. Tanto que tivemos toda essa censura..."*  
(AMARAL, 2001).

Evidentemente que a sua visão do Golpe de 64 não é tão reducionista a este ponto. Parece ser esta apenas uma expressão do momento traumático do primeiro impacto. Ainda no correr deste trabalho, outras colocações com certeza elevarão a questão a outros patamares.

Mas 1964 e a década reuniram acontecimentos, que não foram apenas notícias políticas infaustas. Por exemplo, no

princípio do ano 64 foram instalados em Lages (13/02) os cursos de Economia e Contabilidade da primeira faculdade do interior de Santa Catarina (GUIA SERRANO, 08 e 22/02). Em 1965, era anunciada uma nova emissora de rádio em Lages, a Princesa, o PSD elegeu Waldo da Costa Ávila prefeito e o Internacional sagrou-se campeão de futebol do estado. Curiosidade de tempos estranhos de exceção: a pedido do Prefeito anterior, do mesmo partido, o II Batalhão Rodoviário de Lages estabeleceu preços máximos para produtos de primeira necessidade, "em face das última enchentes" e o mesmo GUIA SERRANO (21/08), sob o título "*Arma poderosa*", alertava à população: "*não sejamos nós, os católicos, sempre os últimos a descobrir a força tremenda desses meios de comunicação social... Uma imprensa orientada para o bem pode acordar milhões de pessoas*".

Em 1966, abrem-se os festejos do bicentenário de Lages, logo em janeiro e, no aniversário da "Revolução Democrática", eram anunciadas (fevereiro), dentro da programação comemorativa, palestras nas rádios locais. Em julho (30), o "*Giro pela Cidade*" do GUIA SERRANO especulava sobre a possibilidade da montagem de uma TV em Lages, iniciativa de Carlos Joffre do Amaral. No final do ano, falece o prefeito Waldo da Costa Ávila, que será substituído por um interventor, Nilton Rogério Neves.

Em meados de 67, a Rádio Clube de Lages com os Diários Associados de Santa Catarina promoveram o I Festival de Música Moderna do estado. Em 1969, Lages estréia novo prefeito, eleito, Áureo Vidal Ramos, é anunciada a implantação da Faculdade de Filosofia (que depois viria a ser a Faculdade de Ciências e Pedagogia de Lages - FACIP), são lançadas campanhas pró-Universidade do Planalto e a novidade na Rádio Clube é administrativa: deixa de ser uma sociedade anônima para se tornar uma limitada, sob a presidência de Oscar Aurino Schweitzer e superintendência de Roberto Rogério do Amaral.

Por outro lado, a década se conclui com discussão pública sobre a mudança do cognome "*Princesa da Serra*", e a tentativa de alguns ufanistas de promovê-la a "*Rainha da Serra*". Ao que se sabe, o tradicionalismo impediu a promoção, em respeito, segundo o registro, ao fundador de Lages, Antônio Correia Pinto de Macedo, que de princesa a batizara (GUIA SERRANO, julho de 1969).

#### **4.6 Os anos 70 e 80: expansão e diversificação**

Assim, aparentemente sem conspurcar a honra da "princesa", os anos 70 iniciam com interessante tomada de consciência sobre a "cidade e o desemprego". Está aqui para refletir, mais uma vez, como aliás, este texto vem tentando

desde o início, sobre realidades que correm no fio da história, que estão no contexto em que se movem também a Rádio Clube e, logo mais, os outros integrantes do Sistema Catarinense de Comunicação na região serrana de Santa Catarina. Assim se põe o problema logo no início dos 70:

*"Lages, nos dias de hoje, está vivendo um problema angustiante no que diz respeito ao mercado de empregos. Indiscutivelmente, a última década favoreceu o progresso de nossa cidade, ... também o homem simples do campo e da roça notou isso, e por este motivo começou a se deslocar para a cidade. Quem se desloca de um lugar para o outro busca uma melhoria de vida... As periferias de nossa cidade apresentam as provas concretas do que estou dizendo. Uma pequena multidão de desempregados que devagar vai se constituindo num problema social multidimensional. Nosso parque industrial ainda é pequeno, nossas decantadas madeireiras já não encontram a abundância do pinho de outrora e, com isso, a mão-de-obra decrescerá..." (GUIA SERRANO, 15/02/70).*

Na mesma linha de constatação, sob título "coisas de pobres para ricos resolverem": "Lages cresce vertiginosamente para um progresso tão esperado, mas junto com ele vêm crescendo a miséria, as favelas, os desabrigados, e com isso vai se criando um problema de pobres para os ricos resolverem". (GUIA SERRANO, 01/03/70). Será mesmo para os ricos resolverem? Observe-se, por oportuno, que a década de

70 marca um significativo evento político para a região serrana de Santa Catarina, sem dúvida ligado às constatações acerca das perspectivas econômicas regionais já descritas neste trabalho e esse clima de fim de ciclo acima exposto: pela primeira vez na história de Lages, quebra-se o bloco hegemônico que garantiu o domínio das tradicionais oligarquias agrárias que por aqui reinaram desde os tempos do império e instala-se em 1973 um governo de oposição (MDB) na Prefeitura de Lages (Juarez Furtado), seguido de um outro, de matizes ainda mais oposicionistas, em 1977 (Dirceu Carneiro).

Nesse quadro econômico nada animador para a cidade e região, e também de desalojamento das tradicionais oligarquias mandantes e seus prepostos, quatro ou cinco ocorrências fundamentais marcam a trajetória da Clube nos anos setenta: a mudança das instalações, em 1974, para o "Edifício do Rádio e da Televisão", logo ali em frente às "ex-águas de Santa Cruz", o falecimento de Carlos Joffre do Amaral, em 1976, quando sai de cena o idealizador e criador da Voz da Cidade e da Clube e entra o sucessor e atual comandante, Roberto Rogério do Amaral, a fundação do Jornal O Planalto, em 15 de outubro de 1977, impresso em *off-set* e distribuído para a região serrana e mais 24 localidades do Oeste catarinense, o ingresso da primeira emissora de FM no planalto catarinense, a Cacimba FM, em 12 de outubro de 1978

e o aniversário de 30 anos da Clube, em 25 de agosto de 1979. O momento é de expansão do sistema.

Sobre as novas instalações da rádio, no número 67 da Rua Carlos Joffre do Amaral, as imagens fotográficas que trazemos, mais do que qualquer comentário, deixam entender as necessidades impostas pelo crescimento real da emissora e pela ambição dos seus mentores de ampliação do sistema, que vai se concretizando nas iniciativas que vão aparecer ainda no decorrer dos próximos dez anos. Já sabemos que a rádio estava instalada desde 1949 nos altos do Cine Teatro Marajoara, com estúdios e auditório, desde que Mário Souza o construía. *"Então, (aquele piso de cima) foi feito especialmente para a Rádio Clube desde quando estava em construção. O Joffre era amigo do dono do cinema, era amigo do engenheiro que estava fazendo a construção, o Rau, que escreveu uma "senhora" obra sobre a heroína Anita Garibaldi, não sei se você sabe a história". (OLIVEIRA, 2001).*

No que diz respeito à figura de "seu" Joffre, é importante situar o que dele pensam os amigos e as pessoas que conviveram e trabalharam com ele. Muitas referências colhemos. Escolhemos duas.

*"Ele era muito insinuante, era bom conversador e se relacionou muito bem com a nossa mais fina sociedade da cidade. Ele relacionou-se*

*especialmente com as lideranças locais, de forma que as portas se lhe abriam com uma facilidade muito grande. Arranjou patrocinadores para executar as idéias que ele tinha e fez uso das influências que as lideranças do local podiam lhe oferecer." (OLIVEIRA, 2001).*

Num sentido mais restrito às virtudes pessoais e menos às características políticas é o depoimento de LENZI (2001): "... ele (Joffre), uma pessoa humilde, inteligente, com um coração enorme. (...) ele foi muito feliz, e progrediu na vida, por causa da sua humildade, da sua honestidade, ele foi de uma bondade excepcional, era um homem que... uma vez ele fez um tablado na praça e bancou um monte de presentes para as crianças pobres no Natal".

Com respeito ao ingresso da FM Cacimba, a curiosidade é por conta do impacto sobre a programação e o público da Clube, uma vez que se tratam de veículos de comunicação do mesmo tipo, atuando na mesma área, a cidade de Lages e redondezas. A FM Cacimba entrou no ar em outubro de 1978. O nome é evocação daquele símbolo citadino já mencionado aqui. Espelha o quanto o dirigente da Clube prezava a tradição, o tradicional, ou, no mínimo, o quanto pretendeu ligar o seu empreendimento a uma marca da cidade.

Para o dirigente do SCC, as questões fundamentais a serem resolvidas por uma rádio são técnicas, de alcance, de

propagação de onda, tipo de programação, e sociais, público e audiência. AM se propaga na superfície, "por terra". Não importa o relevo, ela atinge. Já a onda da FM é limitada pelo terreno, pelo relevo. As AM têm mais amplitude de alcance, por isso se dedicam mais ao interior, enquanto que as FM se especializam em cidades. As FM compensam as restrições geográficas pela alta concentração de pessoas que, por sua vez, acaba por determinar diferenciações de gostos e de idades, que determinam, em última análise, as características da programação. Nas cidades, o público potencialmente disponível para o rádio FM é o jovem. Daí a programação ser amplamente musical.

Na prática, o já então Sistema Catarinense de Comunicação certamente lera as estatísticas, verificara o movimento campo-cidade das populações e entendera o fenômeno da concentração da população nas periferias da cidade de Lages, a partir do declínio do ciclo madeireiro. Quem sabe tivesse lido também as causas. Daí a razão da FM. Porém, o êxodo em questão não deixa apenas Lages no mapa. Persiste o interior, ou os núcleos urbanos menores da região polarizados por Lages, e o imenso "interior do interior". Aí pontifica a Clube AM, não resta a menor dúvida.

*"... você está vendo a cidade de Lages. Você não está vendo que São José do Cerrito começa logo aqui*



*depois do rio. Correia Pinto começa ali do outro lado do outro rio. (...) Uma rádio de FM para a população de Lages, a importância dela é muito menor do que a importância de uma Rádio Clube para a população de Abdon Batista. Para esse pessoal do interior da Coxilha Rica, a Rádio Clube passa a ser a internet, o jornal, o telegrama, o telefone, o tudo desse pessoal. O que não é em nenhuma hipótese uma rádio FM dentro de Lages". (AMARAL, 2001).*

Porém, nem todos pensavam assim naquele momento (1978). SILVA MULLER (2001) diz que no início todo mundo achava a FM Cacimba uma concorrente que iria complicar o trabalho da Clube. *"Nós dizíamos: isso vai nos colocar em segundo plano, no que vai virar isso?"* Não demorou muito, no entanto, para o pessoal descobrir que havia um novo segmento de audiência, uma nova fatia de mercado, um público claramente diferenciado, que precisava ser atendido por uma nova comunicação pelo rádio. Outros tempos, outros hábitos, uma questão de evolução natural. *"Esse público era o jovem, que hoje tem 25, 26 anos e que estava ansioso, que precisava de uma segunda opção"* (SILVA MULLER, 2001), além da Clube, naturalmente.

Assim, houve um relativo temor de que a FM gerasse prejuízo para a Clube, mesmo dentro da cidade de Lages. Não nos quadros dirigentes maiores. A respeito, o dirigente máximo é enfático:

*"Isso é uma coisa interessante. Cada tecnologia que se disponibiliza, se acha que a outra vai acabar. Começou o serviço de alto-falantes, ora, o serviço de alto-falantes ainda não acabou. (...) Na Europa tem algumas cidades que ainda têm alto-falantes na rua. (...) Chegou a rádio FM, então vai acabar a AM. Não acaba. Procura outro público e outro nicho". (AMARAL, 2001).*

Na escala da expansão do Sistema Catarinense de Comunicação, a década de 80 começou com a instalação da TV Planalto Canal 10 de Lages. Foi ao ar experimentalmente no dia 1º de julho de 1980, data do aniversário de Joffre do Amaral e em definitivo a 27 do mesmo mês (COSTA, 1980) com programação própria, comprando filmes de terceiros e repetindo alguns programas da TV Guaíba de Porto Alegre, tudo gravado em fita ou celulóide, que chegavam diariamente por ônibus, pois ainda não existiam programações via satélite e o sistema de telecomunicações era precário e muito caro. Com a formação do Sistema Brasileiro de Televisão - SBT, em 1981, a TV Planalto filiou-se a essa rede e passou a repetir a sua programação nacional.

No ano 2.000, a TV Planalto passou a transmitir a programação da Rede TV! dos empresários Amilcare D'Allevo e Marcelo Carvalho. Segundo o próprio SCC, a desvinculação da TV Planalto do Sistema Brasileiro de Televisão deveu-se à implantação de novas emissoras de televisão no estado e à

política de prioridade daquela rede às novas geradoras. Assim, restou à TV Planalto, agora SCC TV, a opção de trocar de programação para não ter que confinar-se ao território do Planalto e Meio-Oeste de Santa Catarina e continuar apostando na ocupação de sua infra-estrutura e na expansão para o Sul do país, a partir do momento, no segundo semestre de 2001, em que a Rede TV! começar a distribuir seu sinal via satélite, como está previsto.

Da mesma forma que preocupou o impacto de uma outra rádio frente à Clube, na década anterior, também perguntamos sobre as mudanças a partir do ingresso da televisão em Lages e no próprio Sistema Catarinense de Comunicação. As interpretações seguem muito a linha daquelas já mencionadas, de que uma tecnologia mais avançada não desaloja obrigatoriamente a outra. Certo. Mas no caso da Clube, no mínimo ensejou mudanças de linguagem, de imagem, de programação, de quadro funcional. Por exemplo, profissionais antigos e consagrados da rádio passaram a comandar também programas na televisão. Exemplo é Manoel Correia (Maneca), que tentou levar para a TV seu estilo consagrado do rádio. Outra mudança é a orientação da programação noturna, que passou a ser negociada para públicos mais específicos, devido à concorrência da TV à noite. É o caso da programação da Clube destinada às confissões religiosas evangélicas e pentecostais, que quebrou uma espécie de monopólio católico.

Manoel Correia, perguntado sobre a convivência rádio-televisão, ou por outra, se a TV atrapalhou a rádio, não deixa por menos:

*"Não nos atrapalhou em nada, porque nossos programas sempre foram assim com autonomia total em termos de audiência. E aquele pessoal que nos acompanhava pelo rádio continuaram nos acompanhando. Eu sempre digo que o rádio você escuta ele guiando o carro, trabalhando ou fazendo algum serviço e já a televisão você tem que parar na frente dela para olhar".*  
(CORREIA, 2001).

Mas o olhar de Maneca para a TV é no mínimo curioso. A televisão, para ele na base *"do nada se cria, tudo se copia"*, apesar de não ter interferido nas ondas da rádio, que eram e continuam sendo outras, se apropriou de algumas criaturas suas do rádio. Por exemplo: a pioneira programação do Dia dos Motoristas da Clube que, segundo ele, virou o *"Siga bem, caminhoneiro"* do SBT e algumas brincadeiras dos tempos de auditório, que posteriormente se tornaram comuns nos programas humorísticos da rede.

Em 1999, a Rádio Clube completou 50 anos no ar. Encerramos estas notas históricas com dois depoimentos: um referente ao aniversário em si e outro acerca do futuro da Rádio Clube, sobre suas perspectivas e projetos.

Uma espécie de editorial de aniversário da Clube, em agosto de 1999, sob título *"Todo o sonho pode tornar-se realidade: Rádio Clube há cinqüenta anos servindo à comunidade"*, enumera pessoas que a emissora cultua e os valores que se auto-atribui. Entre os valores, a capacidade de sonhar, a audácia e o arrojo para realizar, os inestimáveis serviços prestados à comunidade são as marcas de 50 anos de atuação no planalto serrano. Entre as pessoas enaltecidas, estão primeiro as componentes do círculo familiar do fundador, Benedito Marcondes do Amaral, criador do Jornal Falado Rádio Clube de Lages, Carlos Joffre do Amaral, Roberto Amaral e, naturalmente, Dona Ilze Amaral, síntese da fé na capacidade criadora de esposo e filho e figura materna de todo o Sistema; Manoel Correia como a incorporação da empatia com a comunidade e exemplo para todo o quadro funcional da empresa, hoje com 24 funcionários. Finalmente, outros contributos fundamentais do sucesso e do sonho-realidade, tais como

*"Vidal Ramos Jr, Vidalzinho, ou Tio Vida, como gostava de ser chamado, prefeito da nossa cidade, que foi o grande articulador político que conseguiu, com seu jeito simples de ser, a concessão junto às autoridades federais da época para que Carlos Joffre do Amaral pudesse explorar a comunicação na região serrana sem maiores problemas. E Dom Daniel Hostin, bispo de Lages, o grande*

*conselheiro espiritual e funcional da Rádio Clube. Ironia ou não, quatro jovens sonhadores, mas com objetivos comuns: Vidal Ramos, o articulador das questões políticas; Benedito Marcondes do Amaral, o grande articulador das informações locais, estaduais, nacionais e mundiais, Dom Daniel e Carlos Joffre do Amaral, grandes articuladores das questões sociais da época, sendo lembrados até hoje, um como o grande conselheiro espiritual, no caso de Dom Daniel e o pai da pobreza, no caso de Carlos Joffre do Amaral". (RÁDIO CLUBE, 1999).*

Sem dúvida, muito indicativas as sínteses que o documento mostra. Pouquíssima referência aos patrocinadores, nenhuma ao público ouvinte. Altas menções a indivíduos e suas virtudes, quase nada à força ou à inércia dos coletivos. Até mesmo as articulações políticas citadas como básicas para a concessão ficam no nível da iniciativa e do poder pessoais de um prefeito-síntese. Contraditoriamente, todo o feito pelo bem da comunidade aparece como expressão de caridade e não de projeto de vida, utopia pessoal ou coletiva, de comunicação ou de informação, vistas apenas como recurso a ser explorado.

Uma outra visão importante para a nossa história é a prospectiva, que diz respeito ao futuro da rádio, ou o que dela se espera e como ela se prepara para um futuro mutante e de rápidas e desconcertantes transformações.

*"A Rádio Clube precisa fazer a cada cinco, seis anos, ela precisa inventar uma coisa diferente. A FM precisa inventar uma coisa diferente a cada três. A televisão tem que inventar uma coisa diferente a cada um e a Internet tem que inventar algo diferente em cada três meses. (Por outro lado), cada tecnologia tem um público mais conservador, que pode se dar ao luxo de demorar para mudar. A Rádio Clube se modernizou muito, mas vai ter que sair agora mais para os bairros. Vai ter que sair um pouco mais de casa. Ela está gerando muito aqui do estúdio. Vai ter que sair mais para a periferia e vai ter que prestar muito mais serviço à população. É o que ela está fazendo através da Fundação (Carlos Joffre do Amaral). A fundação está substituindo um pouco o papel da Rádio Clube. E não pode. A fundação tem que fazer junto com a Rádio Clube. O que eu acho é que a Rádio Clube vai se tornar mais comunitária, vai ir para os bairros, vai aparecer um pouco mais lá fora". (AMARAL, 2001).*

Está aqui francamente delineada uma postura cada vez mais interativa da comunicação via Rádio Clube. Parece claro que ela, como de resto também o rádio como veículo, somente sobreviverá se cada vez mais se aproximar dos problemas reais das comunidades locais, para dar-lhes localização e visibilidade, descobrir os interlocutores preferenciais, aqueles que são agentes e portadores da reflexão que o povo faz do conjunto das informações que lhe são diariamente fornecidas pelo veículo de comunicação de massa. Penso que

seja isso que o dirigente quer dizer com "*aparecer um pouco mais lá fora*".

Mas há ainda um outro aspecto muito concernente a questões como a ampliação da visibilidade social ou da ênfase nos objetivos comunitários da rádio. Não deixa de causar curiosidade a afirmação acima do engenheiro Roberto Amaral, de que estes objetivos e qualidades estariam sendo exercidos, em direção às periferias da cidade e do interior, de uma certa forma, pela Fundação Carlos Joffre do Amaral substituindo a Rádio Clube, ou ao mesmo tempo que ela, o que, segundo ele, estaria errado ou mal direcionado, merecendo, assim, reparo. Isso leva a supor que o SCC adotou e adota uma prática hoje comum no meio empresarial que é a institucionalização da filantropia, isto é, no caso da Rádio Clube e do Sistema, a potencialização da ação filantrópica individual - de que foi exemplo o próprio Carlos Joffre Amaral nos primeiros tempos -, pela nova filantropia empresarial, ou, por outra, uma espécie de mistura de ação social beneficente com interesses e objetivos empresariais. Ação social beneficente como contrapartida para benefícios fiscais. Ao se verificar os objetivos e finalidades da Fundação, o que transparece, em linhas gerais, são de fato atividades de cunho social beneficente, entremeadas com promoção de eventos educativos e culturais, particularmente destinados à infância, juventude, velhice e portadores de



deficiência, tudo fortemente amarrado à prescrição da ausência de fins lucrativos, às possibilidades de captação e utilização de benefícios fiscais facultados pela legislação e à realização de parcerias diversas mediante convênios.

Para encerrar, um jogo tendencial para o sistema rádio, que não é somente da Clube, mas da radiofonia em geral: "A tendência do rádio AM é não ter música, somente informação. Já existe a CBN, em Florianópolis, que é 'a rádio que toca a notícia'. Acho que esta é a tendência do rádio AM. Já rádio FM é música e juventude. Eu estou também no segmento da juventude e quero ficar" (AMARAL, 2001).

# **CAPÍTULO V**

**RÁDIO CLUBE DE LAGES: COMUNICAÇÃO E PODER**

## CAPÍTULO V

### RÁDIO CLUBE DE LAGES: COMUNICAÇÃO E PODER

*"Já no início dos anos 20, o populismo descobrira no rádio a sua pedra filosofal, capaz de transformar a massa amorfa de ouvintes na força agregada da paixão política. Claro que as primeiras descobertas do potencial aliciador da caixa falante foram feitas pela publicidade em sua destinação comercial. (...) Mas como era de se esperar, o rádio teve um desenvolvimento defasado e mais tardio no Brasil do que nos países industrializados. (...) só a partir dos anos 30 que ele teria um impacto decisivo para a transformação da cultura brasileira. A idéia inicial era fazer dele uma espécie de teatro burguês irradiado... Portanto, a forma era precária e o conteúdo tedioso." (SEVCENKO, 1998:587).*

As ligações da Clube com os poderes de plantão é notória desde o início de suas atividades. Remontam aos tempos das velhas oligarquias agrárias regionais, bem antes da eclosão do modelo populista, também tardio, em nossa região. Estas relações nem sequer são escondidas ou camufladas pelas

pessoas mais diretamente ligadas à empresa e nem pelas fontes consultadas. Há pouco incluímos editorial que situa muito bem papéis, intervenções e interferências de Vidal Ramos Jr. e de Dom Daniel Hostin, aquele, na ação política pela concessão do serviço de radiodifusão, e, este, na vida espiritual da rádio, se é que isso é possível. Por certo, também ficará suficientemente claro, no nosso caso, como os detentores de mandatos eletivos de Lages e região sempre entenderam e entendem as possibilidades de uso da máquina publicitária e ideológica do rádio e da Rádio Clube, em seu favor ou contra si. Logo traremos os testemunhos pessoais. Não se questiona a legitimidade de tais ligações em si. Hoje são tão estreitas e tão orgânicas as linhas de contato dos setores empresariais das comunicações com o poder político que parece obviedade discutir teoricamente tais relações. O que resta, então, é considerar as formas, as ocasiões, âmbitos e modalidades de favoritismo e de favorecimento, ou, por outra, os limites de sua legitimidade.

*"O nosso grupo sempre foi ligado a partidos políticos. O meu pai quando chegou em Lages, 1939, ele já se ligou ao poder político local, representado pelo senhor Vidal Ramos Jr., pela família Ramos, que eram, vamos dizer, os padrinhos do meu pai. O meu pai chegou aqui e quem deu apoio a ele foi a família Ramos. Já foi para o PSD. Então, nós sempre tivemos uma linha política*

*particular, nossa.. Algumas vezes essa linha política levava a empresa junto, algumas vezes deixava a empresa, o grupo, de lado. Mas nós sempre fomos políticos. Tanto meu pai quanto eu, e espero que meus filhos também sejam. Acho que a participação política é inerente ao homem. Todo o homem tem de participar de algum partido político, como deve ter uma crença religiosa, como deve ter um time de futebol, como deve ter opções de vida. E a opção política é a primeira. Eu tenho opção política, meu pai era filiado ao PSD, eu sou filiado ao PPB e acredito nessa linha política. Algumas vezes nós temos colocado o nosso grupo - não sei se é lícito ou não -, tanto eu como meu pai antes de eu nascer, (...) de cabeça em determinadas opções políticas. É que nós entendemos que sejam naquele momento as melhores para a nossa comunidade. Mas é uma questão muito pessoal e muito unilateral. Se eu acho que naquele momento é o melhor para a comunidade, eu entro de cabeça." (AMARAL, 2001).*

Uma ocasião fundamental no estabelecimento de uma rádio ou de um veículo de comunicação é o momento de sua concessão e suas circunstâncias. No Brasil, de um modo geral, já sabemos que concessões de rádio e televisão foram durante muito tempo atos exclusivos do poder executivo. Assim, as pressões sobre este foram e são muito fortes nessa área. O dirigente maior da Rádio Clube, em seu depoimento, deixa muito claro que a parafernália de instrumentos e de formas de pressão é estranha e tortuosa. Enfim, nada se facilita ou se abre, quando se trata de potencializar espaços de

intervenção na sociedade mediante o uso dos meios de comunicação de massa. De abuso de poder econômico, tráfico de influência, até expedientes como o sumiço de documentos de processos licitatórios, a intervenção de pessoas alheias, como acontece e adiante se verá, são comuns a ponto de serem tidos como normais, relata com indignação o entrevistado. Tais procedimentos se configurariam absolutamente estranhos, se no Brasil concessões de rádio e TV fossem tratadas de fato como interesse público ou coletivo, mas como são interesses visivelmente público-privatizados pelos grandes *pools* da comunicação, podem ser rotuladas de normais, como de resto o são as "brigas de cachorro grande" em que se transformou o que denominava-se concorrência capitalista nos tempos "românticos" do liberalismo clássico.

Para se ter uma proporção da tortuosidade dos caminhos destes "favores" e de quanto é fechado o ambiente dos privilégios nesta área, não vamos longe. Guardadas as devidas proporções, no nosso próprio trabalho de pesquisa, ainda na fase exploratória, tivemos a oportunidade de sentir a dificuldade. Quando fomos à autoridade estadual pedir acesso aos processos de concessão da Rádio Clube, acesso que julgávamos fácil e simples como abrir uma gaveta, eis que se trata de documentação pública, como aliás o entendeu a Universidade quando consultada, recebemos a informação curta e peremptória de que precisaríamos da concordância do

proprietário da empresa para "abrir o arquivo". O que ocorreu conosco é uma versão em pequena escala do que pode ocorrer - e segundo o proprietário da Rádio Clube, de fato ocorre - nas grandes licitações e concorrências públicas no sistema de comunicações no Brasil. Sem dúvida, permite denotar com bastante força e clareza até que níveis e grandezas podem se estender a privatização do público, a exclusão de direitos e a submissão da maioria despossuída e desinformada à mercê de interesses minoritários e privados na sociedade brasileira. Nos dois níveis de relação, tanto aquele de uma singular informação mantida sob reserva de domínio, quanto aquele outro das grandes disputas por fatias de mercado em comunicação, a constatação é literal e lamentável: a permanência e a onipresença do autoritarismo, a vigência de um retórico pseudo-Estado de direito e a distância prática enorme que nos separa de princípios democráticos consagrados.

Felizmente, para os limites desta investigação, aquela negativa de informação não configurou maior prejuízo. De fato, no decorrer do trabalho, pudemos estabelecer por outros caminhos as ligações que levaram ao facilitamento do processo concorrencial em favor da Rádio Clube, entre outras.

Porém, para o dirigente da rádio e do Sistema Catarinense de Comunicação não foi assim. Em momento algum de seu depoimento fez segredo de que o paradigma da concessão sempre

é político e o processo uma luta desigual, envolvendo lances sorrateiros, anti-éticos, como já visto. Há uma diferença básica, no entanto, entre os tempos de seu pai, Carlos Joffre, e os atuais. Ali, corriam tempos de capitalismo realmente concorrencial, com uma certa equalização nas condições de disputa, ditadas pelas condições relativamente inexploradas do mercado, que determinavam uma forma de igualdade na partida. Porém, não há dúvidas que as decisões eram políticas e os critérios de favoritismo reais. Este foi o caso da concessão da Clube, arremata AMARAL (2001).

Mas hoje não é assim. Diz-se no seio da burocracia e no domínio da própria mídia, que os critérios são técnicos e econômicos. No entanto, não é do âmbito da técnica, de onde seria justo esperar transparência e equidade de procedimentos? Pois é neste âmbito que a questão se transforma em verdadeiro vale-tudo, onde ética não preside, quem pontua é o dinheiro. Estas são posições do dirigente máximo da Clube. E mais. Segundo ele, recentemente ou melhor, após 1988, é que os poderes dos *lobbies* tomaram conta dos processos licitatórios, do edital à decisão final. (AMARAL, 2001). Os tempos são outros, as condições da acumulação capitalista, idem. É fase monopolista do capital, a tendência é o maior eliminar o menor. No meio de sua própria seara, da sua própria onda, ou do seu campo de atividade, AMARAL (2001) cita o caso da Rede Brasil Sul de Comunicação como uma



entidade acima de qualquer instância local e regional quando se trata de proteger e valorizar os seus interesses diante dos poderes da República e dos concorrentes.

*"Hoje em dia, concessões são por editais, em que você passa pelas características técnicas. Você passou pela parte técnica, você vai para a parte de preço. Para ver quanto você ofertou por aquela concessão. Teoricamente ganha quem deu maior valor em termos de dinheiro. O que acontece são os favoritismos dos poderes, não só do Executivo, poder Judiciário, esses poderes nossos que são sensíveis aos apelos dos seus companheiros ou dos poderosos. Um poder judiciário é sensível a um pedido do Dr. Jorge, ou do amigo não sei de quem, eles são todos sensíveis a praticar justiça de acordo com o que pedem os poderosos. Então não mudou muito. Mudou muito na parte de fora. E não mudou muito da parte interna. (...) Porque você consegue colocar um papel depois do prazo, você consegue modificar alguma coisa lá dentro, daqui a pouco você consegue provocar a abertura de um edital num determinado momento. (...) É só olhar aqui em Santa Catarina (...) Dos editais de concorrência que foram abertos aqui em Santa Catarina. Então você veja bem. A RBS ela ganha editais de concorrência não pelo poder político, mas pelo poder dela, que é mais do que o poder político local, regional. A RBS está em cima. O poder da RBS é maior na presidência da República, nesses órgãos todos, do que um governador do estado."* (AMARAL, 2001).

Do exposto, resta clara a visão de partida dupla para uma meta única que o dirigente atribui aos processos licitatórios de concessão de canais: ou você reúne as condições técnico-financeiras capazes de suplantar o projeto concorrente, assim mesmo sujeito a falcatruas e manobras escusas de bastidor, ou transita entre os melhores mentores ou promotores de idéias no âmbito do governo federal. Bom mesmo é ter as duas condições. Trânsito e capacidade de conversão: tudo questão de pura competência e competitividade, dirá o político-burocrata de plantão. Nada além de monopólio e excludência, interpretará o triturado pela engrenagem tecnocrática.

Saindo agora da esfera federal, onde se decide quem, quanto, quando recebe o quê em termos de freqüências de rádio e canais de televisão no Brasil, quem são os melhores companheiros, com trânsito e poder de conversão, é preciso perscrutar um pouco mais outro âmbito de relações da Rádio Clube, aquelas que se desenvolvem no microcosmo de uma região que, como já descrito neste mesmo trabalho, mercê da exploração intensiva de recursos florestais, ganhou relevância econômica e política estadual e nacional, já foi tida como um império, onde Lages foi princesa - até candidata a rainha, como visto -, e que hoje reúne os despojos de um patrimônio destruído e malversado para criar riqueza em outros lugares e o estigma dos piores índices sociais do

estado. Então, voltemos ao lugar, que é ali que se constrói o universal, de acordo com o bom ensinamento do mestre Milton Santos.

Várias possibilidades foram estudadas, quando pensamos em traçar um quadro real o bastante do poder político da Clube na nossa região, uma das proposições deste trabalho. Alguns depoimentos já estão presentes neste mesmo capítulo, mormente de pessoas ligadas à Rádio Clube e ao SCC. De início pensamos em ir ao povo, ao público ouvinte habitual. Tememos pelo óbvio. Voltamo-nos para os sentimentos de classe de organizações sociais, umas mais em si outras mais para si. Posturas preconceituosas e o impacto ideológico foram os óbices, desta vez. Optamos, por fim, por procurar detentores - ex e atuais - de poder político público institucionalizado em âmbito municipal e regional. Prefeitos e titulares de funções na AMURES foram as escolhas preferenciais. Certamente que não nos livramos, nem de obviedades, nem de preconceitos. Ao contrário, quanto mais gestores públicos investidos em cargos e funções procuramos, mais nos deparamos com a pouca vontade de comprometer-se, com aquele comedimento nas palavras, com aquela parceria tida não apenas como desejável, mas acima de tudo necessária com o veículo de comunicação, a fim de não comprometer a imagem e a *performance* da administração municipal. *"Deus o livre de não poder contar com a Clube. É melhor nem se meter"*, é a frase-síntese de um

dos prefeitos entrevistados. Já os ex-detentores de cargos, estes conseguiram imprimir um certo distanciamento crítico do objeto pesquisado e, por isso mesmo, obtiveram melhores níveis de aproximação em aspectos essenciais para a nossa análise.

Sem qualquer necessidade prática de classificação ou nivelção das intervenções, as alinharemos com uma tendência ascendente em relação aos pressupostos teóricos deste trabalho, desde aquelas simplesmente conotativas, até aquelas mais críticas e político-assertivas.

Num primeiro patamar de interpretação, para os governantes entrevistados o papel mais importante da Rádio Clube sempre foi, e continua sendo, simplesmente ligar o que está isolado, o homem do campo à cidade de Lages e, ocasionalmente, editar os atos legais da Prefeitura. O instrumento é o aviso, o "alô-alô". E nisso ela é imbatível, não há concorrência e nem é imaginável alguém mais entrar nesse exclusivo.

*"O maior papel da Clube era ( e é) o aviso. A gente queria mandar um recado... O senhor estava aqui em Lages e eu queria lhe avisar, eu simplesmente mandava um bilhetinho para a Rádio Clube, com o dinheiro, mandava alguém trazer e a rádio, no meio-dia, dava o recado. (...) Então, a Rádio Clube durante estes anos foi um elo de comunicação muito útil... E*

*até hoje não perdeu o status, continua do mesmo jeito. Se eu entro aí no interior, no meio-dia, na hora do Jornal, se tiver 50 casas, 50 famílias estão ligadas na Clube. O povo se comunica de Lages para o interior, do interior às vezes para Lages... É um veículo como se fosse de cada um de nós..." (MARTINS, S.A. 2001).*

Certo que há uma razão utilitária nesse instrumental de ligação campo-cidade. Na visão simplista do homem comum, esgotou-se o motivo, finda-se também a utilidade e assim por diante, *"até uma próxima oportunidade, se Deus quiser"*. Mas, se Deus quiser, o Jornal da Clube estará lá, todo o dia no mesmo horário. A Clube é imutável e permanente. Não pára e não sai do ar. *"Só me lembro que tenha parado nas sextas-feiras santas, que hoje não pára mais, quando morreu o Getúlio, o Dom Daniel, o Waldo Costa... ah, e o Vidal Ramos, Vidalzinho"* (MARTINS, 2001). Assim também não há qualquer vínculo maior entre a Prefeitura, o prefeito e a Rádio Clube, além daquelas *"inserção - que é como eles dizem, não?"* contratadas por mês para trâmite dos atos legais e usadas, quando preciso, para atender demandas de pessoas carentes. Nada além de pequenos laivos de pública utilidade no conjunto do arsenal de esperteza política e prática clientelista normalmente utilizados pelo receituário populista ainda em voga na região. A Clube com certeza não aprova a prática populista, mas de qualquer modo, agradece a preferência.

Ser este elo de ligação é o papel social e o poder da Clube e basta. Nesse nível de percepção e entendimento, não há como incrementar qualquer proposição ou objetivo além de transmitir aqui-agora o que preciso dizer e ouvir de volta. Nada que autorize interpretar veiculações de mensagens subliminares, manipulação de vontades, propostas e projetos ideológicos. Bem a propósito, a própria história de vida da Clube tem uma passagem que confirma a expectativa da massa em relação à sua identidade e a seus papéis. É quando Carlos Joffre do Amaral, "pai da pobreza", tentou se eleger vereador e não conseguiu. Dizem os mais chegados que ele tinha a eleição como "barbada" e ficou deveras chateado com o insucesso, aliás já previsto por um político muito seu amigo. *"Porque o povo não mistura as coisas"*, concluem.

Já um segundo nível de elaboração transparece quando o consultado defende outro papel da Clube e de tudo o que ela significa: incentivadora da cultura popular. Resgatamos e valorizamos este pronunciamento, mesmo com visíveis impropriedades lingüísticas do entrevistado, reconhecendo de antemão o quanto abrangente é esta categoria de análise, mas, por outro lado, também em respeito e referência às discussões teóricas levantadas aqui sobre a evolução do conceito povo-classe-massa em relação à comunicação:

*"todo o tipo de sociedade, de hábitos, de afazeres, é cultura. Esta própria mesa a qual estamos em redor dela, é uma cultura. Então, como ela (a Clube) faz a ponte entre o povo do interior e o da cidade, para mim é uma incentivadora da cultura. Porque ela mexe com tudo. Mexe com a economia, porque faz a ponte do negócio entre o homem do interior e o da cidade. Ela faz o lado social, convidando para festas. Se não "ponhar" o aviso, não dá festa. E aí se forma a cultura. Um tipo de cultura do povo do interior, como se fosse uma religião. Cada um tem a sua religião. No domingo vai à missa, outros ao culto, e o povo do interior lá tem que escutar a Rádio Clube para ver como é que as coisas andam. Então, isso aí é para mim um aspecto cultural muito forte." (MARTINS, S.A., 2001).*

Se não a tivesse registrada, não arriscaria garantir que de onde saiu poder-se-ia esperar elaboração tão interessante quanto a que está no sentido estrito da palavra religião significando o ato ou efeito de ligar o que o autor pretendeu. E a programação da rádio como se fosse uma espécie de liturgia da palavra no contexto dessa religião. Em todo o caso, ainda poderia acreditar.

Já o ex-prefeito de Urupema, hoje secretário executivo da AMURES, consultado sobre as mesmas questões, move-se numa outra teia de considerações. Envolve também questões estruturais como o desenvolvimento regional e, no bojo, a função da Rádio Clube, essencialmente cultural. No seu

entendimento, a Clube é a cara da região serrana e assim permanece porque mantenedora de valores culturais das gerações passadas, no turbilhão evolutivo da modernidade. A questão cultural ganha, porém, na sua fala, conotações mais complexas, visto que mais tangentes às questões econômicas que dão forma às expressões políticas locais e regionais.

*"Veja bem. Nós somos considerados, de Santa Catarina, como a parte mais atrasada. Nós temos os municípios considerados os mais atrasados. Mas nossa região sempre teve uma postura política muito relevante. O nosso povo tem uma postura de desenvolvimento muito particular, só que o desenvolvimento, a integração, o cooperativismo, se tornou mais difícil por vir de uma origem de fazendeiros, que tinham muito dinheiro e criaram uma família muito dependente. Mandavam os filhos estudar fora e tinham servidores que pagavam. Não eram pessoas que necessitavam de muita gente, eles tinham o necessário para sobreviver. Isso cria uma cultura de difícil relacionamento. Quando as pessoas não precisam umas das outras, elas não têm capacidade de absorver esse tipo de trabalho em conjunto. Porque não havendo necessidade você dificilmente acha que precisa do companheiro. E isso trouxe uma cultura para a nossa região muito difícil. (RAMOS, 2001).*

Essas parecem ser, na avaliação do entrevistado, as condições historicamente produzidas do atraso: uma cultura de isolamento e de individualismo, que não avançou por falta de



utopias, projetos e ações coletivas. Projetos que, naturalmente, a entidade que representa possui e que tenta promover diante da comunidade carente de conhecimento. Conhecimento que a Rádio Clube tem passado, à sua maneira, em forma de informação. Informação que significa apenas divulgação para o povo da importância disso ou daquilo, e que não se confunde com conhecimento técnico, detalhado e apropriado. Conhecimento técnico que não se dá ao senso comum. Rádio-motivação, esta a contribuição muito específica que se espera da Clube e que ela dá. Aliás, nesse sentido ele é enfático quando diz que a Clube tem estado sempre disponível, porque não vê apenas a dimensão comercial de sua ação, mas a parte social. E não segue além, retomando os costumeiros encômios da utilidade pública, da gratuidade, da filantropia, dos grandes serviços prestados à comunidade e outros que tais.

Os depoimentos que se seguem são de ex-prefeitos da cidade de Lages. Um deles, Dirceu Carneiro, além de prefeito foi também deputado federal e senador da República, depois da prefeitura, e destacado líder estudantil, antes. O outro, Décio Ribeiro, que desocupou recentemente o paço municipal, foi também deputado estadual, antes, e descendente de tradicional cepa oligárquica da região, desde sempre. Como já definimos atrás, estes mandatários públicos registram um tipo de testemunho, que qualificamos mais atinentes no que

concerne às aproximações com o objeto da nossa pesquisa, porque mais abrangentes, uma vez que tocam simultaneamente questões econômicas, políticas, culturais locais, relacionando-as com quadros e contextos mais amplos de relações.

De início, algumas informações confirmam depoimentos já conhecidos e admitidos, inclusive, pela atual administração da Rádio Clube e por pessoas mais chegadas.

*"Do meu período estudantil, eu só tenho a visão da Rádio Clube como um meio de comunicação com definições bem claras de sua opção política. Muito bem definida em relação às oligarquias, toda a vida foi uma aliada das oligarquias. (...) Observava também que a Rádio Clube tinha uma penetração muito grande em toda a região polarizada por Lages, e que eles tinham uma programação voltada para este lado mais popularesco, acho que foram eles que consagraram aqui a música caipira paulista. (...) A Clube tinha, por outro lado, uma busca muito grande de identificar-se como popular. Então faziam muitas campanhas bem populares de ajuda com cadeiras de roda, muletas, ajuda humanitária que fazia muito bem o perfil do proprietário... E por outro lado, tinha uma fortíssima aliança política. Era intrinsecamente ligada às oligarquias dos Ramos, às oligarquias rurais catarinenses, que aqui em Lages tinham grande expressão. Eram aliados políticos dos Ramos. Com a formação dos partidos, caso do PSD depois de 45, definiu-se também com a Igreja, D. Daniel." (CARNEIRO, 2001).*

No entanto, à medida que se revela o crescimento da organicidade da participação do entrevistado com a população, que ele ganha visibilidade como organizador de uma força de oposição em Lages e como quadro partidário, no estrito senso desta palavra, as coisas mudam. As relações tornam-se tensas e as incompatibilidades compulsórias, ainda mais depois que aliciado pelo poder local preferiu o projeto de oposição que o levaria, com o então MDB, à Prefeitura. Uma relação descrita como dualista e hipócrita, como, aliás, são as elites brasileiras, no seu entender.

*"Porque as elites brasileiras, e eu fiz esse jogo também, têm uma relação hipócrita. Eles sabiam que eu era da oposição e não tinha nenhuma possibilidade de acordo, mas havia uma relação afável, inclusive. Na realidade se fôssemos bem sinceros uns com os outros, saberíamos não haver nenhuma possibilidade de acordo. Mas essa hipocrisia mantida pelas elites faz parte de um relacionamento chamado diplomático, que faz com que isto persista dualisticamente, isto é, relacionamento pessoal bom, mas inimigo na estrutura. Se trata como inimigo no público-estrutural, digamos assim. Neste caso, também a Rádio Clube, quando eu cheguei à Prefeitura, eles, apesar de terem suas posições bem definidas de apoio indissociável ao coronelismo tradicional, sempre faziam uma política de boa vizinhança com a prefeitura, no sentido de recursos públicos para publicidade. O departamento comercial sempre*

*procurava ser menos identificado com a posição política oficial da emissora." (CARNEIRO, 2001).*

No âmbito das relações político-partidárias, no entanto, ou nos momentos-força do embate político, eleições via de regra, é que as relações se radicalizavam e tudo resultava claro. *"Na hora da política eram muito duros com a nossa posição. Sempre aliados ao regime autoritário e aos conservadores, de quem, afinal, nunca se distanciaram e se descuidaram" (CARNEIRO, 2001).* E abre definitivamente a "caixa de ferramentas" para o quadro mais amplo das atividades e práticas políticas da elite brasileira, em nenhum momento poupadas pelo estrago que causaram e causam, pelo descalabro do autoritarismo, da centralização e da ciosidade avarenta no controle e no uso do poder:

*"Por outro lado, as relações com as estruturas de poder que a Rádio Clube sempre manteve, acredito que representam um conjunto bem expressivo do que sejam os meios de comunicação no Brasil. São políticos na essência e negam no discurso. São partícipes e disputantes das relações de poder, mas negam. Se declaram imparciais, têm uma postura extremamente hipócrita, porque afirmam ser imparciais. Os empresários do setor se dizem interessados no Brasil, na sua sociedade, se declaram não-agentes políticos ativos, mas são parcelas muito expressivas do poder no país.*

Aliás, têm mais poder que os políticos, do que os empresários em geral. (...) A Rádio Clube é um modelo reduzido desse padrão. (...) E aqui ela joga o jogo. Sempre jogou e vai continuar jogando. (...) Nesse sentido, ela chegava a dedicar programas especiais unicamente dirigidos a desgastar o poder local que se opunha às suas pretensões e aos seus projetos. Eles tinham programas de desmoralização, quando não explícitos, porque sempre foram mais grosseiros que sutís. De modo que a relação da prefeitura com o meio de comunicação local foi assim de natureza mais suave nos períodos distantes do período eleitoral e extremamente rude e grosseira no período eleitoral. Só a lei mesmo fazia que se permitisse a voz da oposição ser ouvida pelos microfones da Rádio Clube. Se assim não fosse, aí, podia acontecer que ela não publicava. Muita coisa aconteceu que ela não publicou. De modo que, se a Clube não deu é porque não aconteceu, é também uma falseta." (CARNEIRO, 2001).

É falsidade por que o povo sabe que eles (a rádio) têm partido, continua. De novo, no entanto, parece reciclar aquela avaliação do amigo já citado de Carlos Joffre, o anti-candidato, de que o povo não mistura as coisas. Pai da pobreza aqui, carreira política é acolá. Segundo o nosso entrevistado, de fato, no seu caso particular as pessoas parece que conseguiram traçar uma linha diferencial muito clara, uma certa distinção entre a função social da rádio e sua anti-função política, que aí se tornaria uma disfunção,

portanto passível de desaprovação. No entanto, não saberia se tal consciência seria aplicável à generalidade dos casos. *"Olha, considero que este veículo de comunicação nunca deixou de buscar a popularidade. Sempre trabalhou nisso, sempre procurou atingir as camadas populares, porque é muito conveniente você ser intrinsecamente ligado às elites, mas ter clientela dessa outra área, que é quem de fato lhe dá trânsito para o exercício do poder, para a legitimação de ações e práticas. É uma espécie da carta na manga"* (CARNEIRO, 2001). O que de fato importa é reconhecer que evidentemente há uma trajetória da Clube que não muda na essência em direção às elites, ontem situadas no PSD das oligarquias rurais, hoje diluídas entre PPB e PFL, mas sempre oligárquicas, apesar das transformações no mundo político. *"As tecnologias mudaram, as coisas saíram do alto-falante para o microfone, foram para os estúdios de televisão, mas não se perdeu aquela origem, aquela formação"* (CARNEIRO, 2001).

Sobre a questão da possível pré-construção consciente da mensagem política pelo veículo de comunicação Rádio Clube, à semelhança da artilharia pesada destinada à persuasão do consumidor de um bem material qualquer, até reconhece a similaridade dos processos. Identifica os intelectuais da própria mídia e os burocratas do governo como autores intelectuais de bens simbólicos muito apreciados,

especialmente em épocas de autoritarismo exacerbado, como foi o Golpe de 64, quando, na condição de político de oposição, governou Lages. Não reconhece, no entanto, a eficiência desses produtos simbólicos na determinação da opinião e na formação da convicção política, no seu caso particular de trajetória política. Recomenda como antídoto que realmente funciona no embate das idéias, para o caso da região serrana, algumas receitas de que sempre dispôs: uma boa estrutura organizacional, a presença e o contato pessoal muito permanentes e estreitos com as comunidades, o cara a cara das reuniões, a mão pegada. Este conjunto de práticas neutralizou o discurso que vinha pelas ondas da Rádio Clube que, assim, não conseguiu produzir os estragos desejados à sua ascensão naquele momento. Não deixa de ressaltar, todavia, que bons projetos como o de piscicultura de águas frias, hoje quase uma unanimidade no discurso e na perspectiva econômica da região, naquele tempo, quando proposto como alternativa econômica para pequenos proprietários rurais decadentes, foi de tal forma "ideologizado, partidarizado e desmoralizado por essas oposições, que não conseguimos demonstrar sua eficiência, somente voltando com força total, 20 anos depois. Mas demorou". (CARNEIRO, 2001).

É enfática a voz quando o assunto é necessidade de produzir transformação social pelo concurso da sociedade

civil, não pela sociedade política. Pela base, não de cima para baixo. Pela formação de opinião, pelo debate democrático, não pela imposição elitista de propostas acabadas de fora e de cima. Endossa a constatação da parcimônia e da precariedade das organizações civis na região, da pouca cultura de participação e de soma de experiências e idéias, da prevalência da reunião apenas em épocas de troca de mandatários seja lá do que for e vê nessa realidade um obstáculo estrutural do desenvolvimento. Cita como exemplo lamentável, no seu entendimento, as poucas iniciativas regionais no sentido do aproveitamento do potencial de integração ao Mercosul, isso no sentido de políticas mais macroeconômicas. Considera que, no mínimo, estamos, nós, região serrana, no caminho de argentinos e paraguaios, porém não estamos tirando partido disso.

*"Para examinar esta questão da economia, da cultura, da tradição, da história política, devo considerar, primeiro, que as pessoas do meio rural ficam mais resistentes, têm uma cultura da permanência, nascem isoladas nas fazendas, tanto é que aqui você não consegue fazer cooperativas, não existem cooperativas aqui em Lages, as que nasceram sempre foram viciadas em falcatruas e acabaram. Isso em todas as camadas, mesmo as populares. Então, é um perfil. Outro é que as elites resistem às inovações (...) Precisaríamos aqui de algumas instituições mais impessoais, menos*



*partidárias, menos transitórias e mais perenes no sentido de não serem interrompidas por disputas eleitorais." (CARNEIRO, 2001).*

Esta condição de perenidade e não-transitoriedade seria a qualidade desejável de um sistema de comunicações e seu repertório de responsabilidades e potencialidades sociais, num clima de democracia e Estado de direito, dentro de uma região pouco afeita às ações coletivas e à mudança, para que se pudesse dar seqüência a projetos e programas alternativos. Esta parece ser a conclusão a que leva o raciocínio. Seria o ideal, mas não é o real, no entender do entrevistado.

Evidentemente que estamos procurando uma correspondência cada vez mais explícita na voz de nossos entrevistados com respeito ao conceito fundamental de Gramsci, o de hegemonia, sintetizado na colocação e imposição de ideologias e na formação de alianças no sentido da conquista e da manutenção do poder, frente a esta imagem aparentemente serviçal e desinteressada que a voz da Rádio Clube tenta passar para o público. No decorrer destas páginas, evidentemente que conotações deste gênero já têm aparecido de forma bastante clara, embora em nenhum lugar estejam menções às categorias gramscianas em si. No entanto, a hegemonia é um conceito-síntese, de modo que tratamos de insistir junto aos nossos entrevistados a que ponto a rádio seria um instrumento de

classe no sentido da montagem ou da construção da consciência do público. Ilações e aproximações são possíveis de extrair em quase tudo o que ouvimos e aqui já registramos, mas é no testemunho daqueles que já deixaram as lides diretas da administração pública que a coisa fica mais cristalina.

No testemunho do ex-prefeito Décio Ribeiro não aparece em nenhum momento a categoria oligarquias, tampouco sucedâneos de oligarquias. Estas são elaborações não constantes do seu repertório. Uma questão de origem e ligações familiares talvez expliquem. De modo que não se explicita também o serviço prestado pela Clube a esse componente social. O raciocínio gira em torno de partidos políticos, expressões dos "lados" a que pertencem os que mandam e aos meios que usam para a obtenção dos resultados esperados.

*"É muito marcante um lado que tem aqui em Lages e aqui no Brasil e que se apresenta explicitamente pelo diretor da rádio, que faz parte de um diretório, o do PPB, que já foi PDS, que foi ARENA. (...) Então a rádio tem um lado marcado, definido, claro e público. É evidente que, do ponto de vista do acesso, mesmo que não seja impedido, sempre a mídia segue carregando para um lado. E isso pesa. E então esse é o lado negativo, de que também na própria última eleição nós pudemos experimentar um fato que ainda não foi explicado até agora. (...) o fato de a última eleição ter saído na Internet, da ISCC, da mesma rede da Rádio Clube, um resultado simulado fechando praticamente 99,9%*

*com o resultado das urnas, em todos os percentuais de apuração..." (RIBEIRO, 2001).*

E, entendendo o resultado antecipado de um pleito municipal importante e histórico como este uma espécie de indução, portanto violação de direito, propugna no mínimo a explicação do Sistema à sociedade, para saldar uma dívida para com a opinião pública. Não reconhece, portanto, aquele crivo que a população exerceria sobre a mensagem radiofônica, como entendeu o ex-prefeito Dirceu Carneiro, crivo que neutralizou os efeitos daninhos da dita mensagem. Muito pelo contrário, não deixa de enfatizar que as relações desse sistema com a sua administração entremearam momentos de abertura total e momentos de tendenciosidade geral. E mais uma vez aguilhoa dizendo que a crítica é livre, sem nenhuma dúvida, mas quando ela é implacável no fazer a opinião e no direcionamento contra um determinado alvo, no caso a administração pública municipal sob seu comando, a coisa é tão explicável quanto o fato de *"a pessoa que comandava esta mídia subliminar, hoje é quem comanda a comunicação da atual administração, adversária minha na época. Com isso, tive momentos de muita dificuldade de desfazer fatos distorcidos... e de divulgar muitos fatos positivos, como esse avanço social de tivemos aqui em Lages"*. (RIBEIRO, 2001).

E também insiste num outro argumento, segundo ele, o mais importante, que é o fato de o veículo de comunicação em apreço não ter em nenhuma circunstância se esmerado em realçar a prioridade social de sua administração. Ou, se não queria realçar, ao menos tivesse calado determinados aspectos que não calou. E advoga ser lamentável que um sistema com tamanho poder e importância não tenha valorizado este aspecto. Irresponsabilidade social, *"porque sabia e conhecia o modelo que estávamos fazendo. Mas realmente não era interessante, não é interessante para empresário nenhum. Aliás, faço uma correção. Não é interessante para a maioria dos empresários lageanos e serranos que haja um desenvolvimento social, um desenvolvimento intelectual, cultural do nosso povo. O que é um erro de avaliação"*. (RIBEIRO, 2001).

E de novo toca em um argumento gramsciano quando, ao preconizar a democratização do sistema de comunicação, entende que tem a ver com a elevação do nível cultural. Somente entende as possibilidades de uma imprensa ética caminhando junto com um nível cultural mais elevado que, por sua vez está diretamente relacionado com um processo de formação e informação adequado. Por que não há interesse, pergunta, em democratizar a imprensa? Porque não há interesse em aumentar a cultura geral e os padrões éticos da sociedade,

porque a mídia está metida no jogo do poder até os cabelos, conclui.

Já para CARNEIRO (2001), o problema vai além. De certo que a Rádio Clube não é mais um instrumento de oligarquias rurais, se diferenciaram muito os interesses, mas permanece acima de qualquer dúvida o esforço muito grande deste veículo para se manter no jogo político e até mesmo liderá-lo quando possível.

*"Se hoje não tem os coronéis, ou as oligarquias bem definidas, as elites continuam tendo seu papel, sua expressão e seus aliados. Embora a Rádio Clube tenha este esforço no sentido de penetrar as camadas mais populares, os compromissos dela do ponto de vista institucional são absolutamente identificados com as elites minoritárias do país, e reproduz todo o perfil dessa faixa ideológica da sociedade. E nesse sentido, eles são muito bem articulados no sentido de receber as concessões do setor público, de participar do perfil de economia de mercado concentradora, dos cartórios, embora em muitos setores tenham um discurso liberal, mas isso é a mais absoluta hipocrisia, esse pessoal do discurso liberal são os mais cartoriais possíveis, em relação ao Estado, a favores. (...) Então em que pese as transformações do mundo, eu acho que ela não perdeu nem um pouquinho o rumo que sempre buscou". (CARNEIRO, 2001).*

E segue desnudando esta dualidade de postura, muito hipócrita, que transita pendularmente entre a defesa de uma cultura popular, por exemplo, no discurso, na pregação e nas alianças, mas que na realidade está apenas é potencializando seus instrumentos de consolidação de concepções elitistas, minoritárias, golpistas, quando puderem sê-lo. E mais, fulmina a prática da censura prévia a certas notícias, as versões de fatos conforme conveniências plantadas com o maior descaramento e, acima de tudo, a manipulação sutil, impossível de defesa pela sociedade, diante da complexidade do veículo em si.

*"Esses veículos têm instrumentos hoje que a sociedade não tem a menor condição de enfrentá-los, e são diabólicos, para dizer um termo bem popular. Então, digamos que o nosso veículo de comunicação local abordado pode não ter esta sutileza e esta complexidade, mas tem uma forte imitação de tudo isso. Eles são do ramo. Nesse sentido, faz o papel da aliança com as elites e da perpetuação do status quo. (...) De modo que eu situaria a Rádio Clube e todo o conjunto de comunicação, um conjunto de outras empresas, como uma certa versão cabocla do Roberto Marinho, com coincidência até de nomes que aí se apresenta. A pretensão é sempre ter uma pequena Globo aqui na região". (CARNEIRO, 2001).*

Teremos nós ouvido algo semelhante a "um intelectual coletivo e orgânico das classes dominantes?" Certamente que não chega a tanto. A conclusão a que chega reiteradamente é a de um instrumento de conformação e moldagem de consciências, com base na formação de opinião dirigida para onde estão os seus compromissos ou de seus aliados.

Questionado, finalmente, a propósito de uma frase que gosta muito de repetir, mas que tinha um apelo maior ao tempo em que se cunhou o slogan "*A força do povo*" para distinguir a sua administração, questionado se "*o povo ainda é sábio*", inclusive pelas interessantes configurações, conclusões e abordagens que se pode tirar, ditadas pela exposição das massas aos modernos meios de comunicação, diz que considera a sabedoria do povo e da sociedade muito mais profunda do que numa primeira análise se possa imaginar, porque as pessoas sabem de suas fragilidades e neste jogo de poder e de relações, apesar das distorções introduzidas subliminarmente, apesar das muitas interferências e do próprio mascaramento das comunicações, que podem maquiar figuras, lograr a sociedade, apesar de tudo, a sabedoria das pessoas está na sua capacidade de sobrevivência. E no sentido da sobrevivência elas tomam derivações convenientes, até momentâneas, mas convenientes, conclui.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposição central deste trabalho refere-se às qualidades políticas da Rádio Clube.

A priori, entendido fica que seria inocência considerar que a obtenção e o uso de instrumentos tão poderosos de comunicação social quanto emissoras de rádio pudessem acontecer à margem de intensos combates políticos nas trevas e mesmo às claras. Isto é certo, e se não o for, nosso texto fez prova. Na mesma linha, poderia parecer até obviedade constatar o quanto na sociedade capitalista os conflitos de interesse no setor estão visceral e diretamente relacionados com as perspectivas de êxito nos negócios e na idéia que as pessoas fazem dos negócios. Porém, no caso em pauta até o óbvio somente o será quando formalmente escancarado e demonstrado. Aqui não é questão de opinião, mas de demonstração, não de parecer, mas de ser.

Ao assunto, então. No caso da Rádio Clube, vocação, tradição e ação políticas transparecem em todo o decorrer da história. De forma tão afirmativa e explícita que seria



impossível negar ou mesmo menosprezar. E, apesar desse caráter afirmativo, estas características aparecem também de forma negativa, no sentido e medida em que em muitos âmbitos e casos se constata evidentes preocupações em escondê-las e obscurecê-las, por uma espécie de sublimação de seus objetivos e do seu trabalho na região.

Do ponto de vista da formação e proliferação dos intelectuais dentro do e pelo grupo social, fica bastante claro que, para todos os efeitos, em especial para efeito de consumo público, a Clube se esforça muito para situar-se como um intelectual tradicional cujo patrimônio material e simbólico está e sempre esteve a serviço da população. O negócio é sempre mostrar ao público postura de independência em relação aos centros do poder ou do grupo social dominante e equidistância das áreas de atrito. No particular e no privado, o que se verifica é coexistência e cumplicidade. À medida que se aprofunda a observação, sem que para tanto se precise afastar muito do âmbito do próprio quadro diretivo da empresa, ficam profundamente marcadas as preferências de classe, expressas nas filiações e nas alianças partidárias, nas opções sociais e culturais, que são tradicionais, históricas, desde o início das atividades, até os dias de hoje. Basta, no entanto, qualquer pequeno afastamento, como o que de fato foi feito, para outros pontos de vista, e começam a saltar de forma contundente as opções

preferenciais, os "lados" interessantes e importantes, em conflito com as visões discordantes ou alternativas, como simplifica e sintetiza um dos prefeitos por nós entrevistados.

Muito embora os depoimentos colhidos, em especial entre os quadros funcionais e de políticos em exercício de funções públicas, cujos limites, natureza e condições já foram alertadas antes, façam vista grossa à personalidade política da Rádio Clube, pouco ou nada do que se pôde observar entre os amigos, antigos colaboradores e entre ex-autoridades municipais afasta uma constatação: a de que a Rádio Clube, apesar da pretensa aura de neutralidade e equidistância dos interesses difundidos na sociedade, e apesar também dos serviços realmente prestados numa região marcada pelo isolamento, profundas e históricas carências sociais, alinha-se como instrumento de classe, seja ela representada pelas antigas oligarquias, seja pelos seus atuais sucedâneos. E, nesse sentido, uma das formas prediletas é a própria negação da divisão de classes por um discurso universalisante e nivelador dos interesses sociais, negação que é conscientemente "vendida" pelas elites dominantes e consumida a largos sorvos pelo povo simples, pela massa ignara ou pelas classes despossuídas em si.

Na prática, a estratégia da equalização se mostra no exercício da própria função educativa do veículo, quando ele se faz repassador, transmissor e perenizador de uma cultura-ideologia da fazenda, onde, na verdade, convivem valores realmente universais e positivos, como o amor à pátria, o respeito às origens, a propriedade do valor-trabalho e a fé dos ancestrais, uma cultura serrana, misturada com os germes de um igualitarismo hipócrita e homogeneizador dos conflitos sociais embutido em expressões como o senhorio, o compadrio, os deveres de "obrigação" e outras mais, que se espraiam nas relações interpessoais e institucionais e para as políticas de compomisso, de cabresto, clientelismo, favorecimentos ilícitos e, também, - por que não? - para a prática comum e até normalizada da privatização do público, que perduram até os dias de hoje na região serrana. Este aparentemente contraditório convívio não é decerto desconhecido pelo veículo de comunicação, ele também um conviva. Ele sabe o quanto é incerta a capacidade do povo serrano de "não misturar as coisas", ao contrário do que entenderam os amigos de "seu" Joffre Amaral naquela eleição para vereador que relatamos. Assim sendo, não importa muito identificar e qualificar "as coisas". O que basta, de fato, é ver para que lado as coisas pendem.

Diante do exposto, que vem das observações "em campo", ninguém duvide das capacidades da Rádio Clube, enquanto

intelectual coletivo e enquanto capacidade diretiva da sociedade no seu nível de intervenção, de entender o real em movimento na região serrana. *"Deus o livre não contar"* com ela, é a reiterada expressão do homem investido de poder local, assim que se retira o instrumento (microfone) que fatalmente o incomoda face aos demais dias do restante de sua vida na Prefeitura. Aqui duas ressalvas devem ser feitas: tratando-se da acuidade política da Clube, é natural que tudo depende do que seja o real e para que lado vá o movimento, ou, por outra, desde que o real seja aquilo que *"entendamos bom para a comunidade, caso em que entramos de cabeça"*, como frisa o empresário da Clube, e desde que o movimento não desafie demais a perenidade das *"nossas"* instituições, as formas de governabilidade garantidas pelo crivo das alianças e compromissos desde muito tempo firmados, como depõem as vozes dissonantes.

Como integrante da sociedade civil, se por um lado, - o superestrutural -, a Clube carrega os ônus e bônus de uma intensa e estreita identidade de classe, como já ficou explícito, pelo outro, como inscrita no plano infra-estrutural, ou na base econômica da sociedade, onde se constrói e se preserva a sua vida material, devido à identidade empresarial e essencialmente voltada para o lucro e a acumulação capitalistas que a rádio carrega, mais ainda se reforçam os seus compromissos com a manutenção e a

reprodução de uma determinada ordem existente, que é o que de fato acontece quando se compulsam os testemunhos e a história. Nessa linha - por sinal plena de sentido -, é que que se explicam e justificam as opções político-partidárias de seus dirigentes, as composições de alianças para a garantia da direção política que lhes convêm e a velada ausência das iniciativas políticas fora da esfera hegemônica que lhes interessa.

Pelo visto, para o homem que quer manter-se no poder e para aquele que depende materialmente do veículo de comunicação e seus aliados, não há maior razão política no desinteressado gesto de ligar o campo à cidade e vice-versa - sublime missão -, nem outros interesses nas opções de alianças para bloco histórico algum, tampouco finalidades hegemônicas de quem quer que seja ali implícitas e explícitas. Apenas questões de assim ser por natureza e escolha, nada mais. Assim, para estes, a Rádio Clube é desde sempre onipresente e onisciente. Se não deu, não aconteceu.

O mesmo não se observou nos homens que, tendo galgado os degraus do poder político local e regional, experimentaram a cegueira, a surdez e a ausência premeditadas e motivadas do veículo de comunicação, e que, hoje, estão livres, mesmo que relativamente, das artimanhas da política. É o caso dos ex-prefeitos entrevistados e de ex-colaboradores da Rádio

Clube. E também não se aplica ao observador-coletor dessas vivências. Estes sabem que, no fundo, tudo, ou quase tudo, nos jogos do poder, se resume a questões de qualidades políticas e senso de oportunidade: identidade de princípios, boa companhia, tempo de serviço, capacidade de contribuição. Uma questão curricular, poderão até qualificar. Estes entendem que o consagrado mote "Se a Clube não deu, é porque não aconteceu" soa no mínimo como falseta, porque sempre remetido a qualidades e especificações pré-acordadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRUCIO, Fernando Luiz. Os Barões da Federação. São Paulo, Hucitec, 1998.
- ADORNO, Theodor W. Palavras e Sinais. Petrópolis, Vozes, 1995.
- \_\_\_\_\_. Filosofia y Supersticion. Madrid, Alianza-Taurus, 1972.
- ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. Dialética do Esclarecimento, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1985.
- ARATO, Andrew e COHEN, Jean L. Esfera Pública y Sociedad Civil. In: Esfera Pública, Movimientos Sociales y Democracia (dossiê), Metapolítica, vol. 3, n. 9.
- AVRITZER, Leonardo. Diálogo y Reflexividad: acerca de la Relación entre Esfera Pública y Medios de Comunicación. In: Esfera Pública, Movimientos Sociales y Democracia. (dossiê), Metapolítica, vol. 3, n. 9.
- BARBERO, J.M. Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Ed. da UFRJ, 1997.
- BERMAN, Marshall. Tudo o que é Sólido desmancha no Ar: A aventura da modernidade. São Paulo, Companhia das Letras, 3ª reimpressão, 1987.
- CANCLINI, N. G. Gramsci e as Culturas Populares na América Latina. In: Gramsci e a América Latina. São Paulo, Paz e Terra, 1988.
- CAPELATO, M.H.R. Multidões em cena: Propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas, FAPESP-Papirus, 1998.

CHACON, V. et alii. Humanismo e Comunicação de Massa. Rio de Janeiro, Ed. Tempo Brasileiro Ltda, 1970, Série Comunicação - 2.

COHN, Gabriel. Sociologia da Comunicação: Teoria e ideologia. São Paulo, Livr. Pioneira Editora, 1973.

COSTA, Licurgo. O Continente das Lagens: sua história e influência no Sertão da Terra Firme. Florianópolis, FCC Edições, 4v., 1982.

COUTINHO, C. N. Gramsci: Um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2ª edição, 1989.

CURY, C. R. J. Educação e Contradição. São Paulo, Cortez, 5ª edição, 1992.

D'ARAÚJO, M.C. (Org.). As Instituições Brasileiras da Era Vargas. Rio de Janeiro, Ed. UERJ-Ed. FGV, 1999.

DE MARCO, Benhur. O Controle da Mídia: Elites e a radiodifusão em Santa Catarina. Dissertação para o Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC, Florianópolis, 1991.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: O veículo, a história e a técnica. Porto Alegre, Ed. Sagra Luzzatto, 2ª edição, 2001.

FURTADO, F.H. Propaganda Política em Rádio: Eleições para prefeito em Lages - 1996. Trabalho de conclusão de curso de Bacharel em Comunicação Social. FURB, 1998.

GABLER, Neal. Vida o Filme: Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo, Cia.das Letras, 1999.

GENRO Fº, Adelmo. O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Ed. Tchê, 1987.

GIOVANINI, G. Evolução na Comunicação: Do sílex ao silício. Ed. Nova Fronteira, 1998, 4ª impressão.

GONDIM, Linda M. Pontes (Org.). Pesquisa em Ciências Sociais: O projeto da dissertação de mestrado. Fortaleza, UFC Edições, 1999.

GRAMSCI, Antonio. Os Intelectuais e a Organização da Cultura. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 5ª edição, 1985.

\_\_\_\_\_. Maquiavel, a Política e o Estado Moderno. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 7ª edição, 1989.



\_\_\_\_\_. Concepção Dialética da História. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 10ª edição, 1995.

\_\_\_\_\_. Il materialismo storico. Roma, Ed. Riuniti, 1977.

GRUPPI, Luciano. Tudo começou com Maquiavel. Porto Alegre, L&PM, 12ª edição, 1980.

GUARESCHI, P.A. Sociologia Crítica. Porto Alegre, Ed. Mundo Jovem, 1986, 7ª edição.

\_\_\_\_\_. Comunicação e Poder: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. Petrópolis, Vozes, 1988.

HABERMAS, J. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge, MIT Press, 1989.

HERTZ, D. O Controle Técnico e Legal. In: MELO, José Marques de (Org.). Comunicação e Transição Democrática. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985.

LEAL, Victor Nunes. Coronelismo, Enxada e Voto. São Paulo, Editora Alfa-Ômega, 5ª edição, 1986.

LINHARES, Maria Yedda (org.). História Geral do Brasil. Rio de Janeiro, Editora Campus, 6ª edição, 1996.

MEDEIROS, R. e VIEIRA L. H. História do Rádio em Santa Catarina. Florianópolis, Editora Insular, 1999.

MEDEIROS, Ricardo. Dramas no Rádio: A radionovela em Florianópolis, nas décadas de 50 e 60. Florianópolis, Ed. Insular, 1998.

MEDITSCH, Eduardo (Org.). Rádio e Pânico: A guerra dos mundos, 60 anos depois. Florianópolis, Ed. Insular, 1998.

MELO, José Marques de. Comunicação Social: Teoria e pesquisa. Petrópolis, Vozes, 1970.

MELUCCI, Alberto. Esfera Pública y Democracia en la Era de la Información. In: Esfera pública, Movimientos Sociales y Democracia. (dossiê), Metapolítica, vol. 3, n. 9.

MIGUEL, Luiz Felipe. Meios de Comunicação de Massa e Política no Brasil. In: Diálogos Latino-Americanos. Centro de Estudios Latinoamericanos, Universidade Aarhus, Dinamarca, 3/2001.

MUNARIM, Antonio. A Práxis dos Movimentos Sociais na Região de Lages. Dissertação para o Programa de Pós-Graduação em Educação da UFSC, Florianópolis, 1990.

\_\_\_\_\_. Educação e Esfera Pública na Serra Catarinense: A experiência política do Plano Regional de Educação. Florianópolis, NUP/UFSC, 2000.

OLIVEIRA, Francisco de. Elegia para uma (re)ligião. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1981.

PEIXER, Zilma Isabel. A Princesa da Serra: Entre a a cidade ideal-cidade memória e a cidade vivenciada. Revista da Memória, Lages, Fundação Cultural, nº 1.

PEREIRA, Moacir. Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina. Florianópolis, FCC Edições e Editora Lunardelli, 1992.

PINTO, Flávia M. A Escola Pública em Lages na Década de 1930: Espaço de disputa política. Dissertação para o Programa de Mestrado em Educação do Centro de Ciências da Educação. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

PORTELLI, Hugues. Gramsci e o Bloco Histórico. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 5ª edição, 1990.

PUCCI, B. (Org.). Teoria Crítica e Educação: A questão da formação cultural na Escola de Frankfurt. In: Coleção Ciências Sociais da Educação, Petrópolis e São Carlos, Vozes e Ed. UFSCar, 1995.

SANTA CATARINA. Gaplan. Atlas Geral: Santa Catarina. Rio de Janeiro, 1986.

SANTA CATARINA. Federação Catarinense de Municípios/Associação dos Municípios da Região Serrana. Plano Básico de Desenvolvimento Regional. Lages, 1995.

SAVIANI, Dermeval. Educação: Do senso comum à consciência filosófica. São Paulo, Cortez/Autores Associados, 8ª edição, 1986.

SCHERER-WARREN, Ilse. Movimentos Sociais: Um ensaio de interpretação sociológica. Florianópolis, Editora da UFSC, 1984.

SEVCENKO, Nicolau (Org.). A Capital Irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: História da Vida Privada no

Brasil: República, da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo, Companhia das Letras, vol. 3, 1998.

ZUIN, A. Á. Soares. Indústria Cultural e Educação: O novo canto da sereia. Campinas, FAPESP/Autores Associados, 1999.

#### JORNAIS CONSULTADOS

Guia Serrano, de Lages, 1941 a 1945; 1948, 1952, 1958 a 1960; 1964 a 1971.

Correio Lageano, de Lages, 1945 a 2001.

Região Serrana, de Lages, 1946 a 1954.

O Lageano, de Lages, 1947.

Jornal da Serra, de Lages, 1951, 1953, 1954.

Jornal Catarinense, de Lages, 1958.

O Planalto, de Lages, 1979.